

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE CIRUGÍA
PLÁSTICA ESTÉTICA EN EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE
QUITO, EN EL AÑO 2014**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL
CON MENCIÓN EN ADMINISTRACION FINANCIERA**

ÁNGELA MARÍA JARAMILLO BETANCOURT

DIRECTOR: DR. FRANCISCO JAVIER QUISIGUIÑA CALLE

QUITO, DICIEMBRE 2014

DIRECTOR E INFORMANTES

Director:

Nombre:

Dr. Francisco Quisiguiña Calle

Informante 1:

Nombre:

Ing. Christian Fajardo

Informante 2:

Nombre:

Ing. Eduardo Portero

DEDICATORIA

A mi hijo Aaron, que su amor y cariño iluminan mi alma.

Para ti hijo mío, con todo el amor que te tengo.

AGRADECIMIENTOS

Quiero manifestar mi agradecimiento a Dios por darme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente, además a mi madre, quien ha sido un ejemplo de vida, fortaleza y amor. Al padre de mi hijo que me ayudó con valiosa información para el desarrollo de este trabajo. Y finalmente a mi Director de Tesis, quien estuvo apoyándome incondicionalmente hasta finalizar este proyecto.

ÍNDICE

DIRECTOR E INFORMANTES	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
FORMULARIO DE REGISTRO DE DISERTACIONES Y TESIS DE GRADO	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	4
1.1 Generalidades.....	4
1.1.1 Proceso administrativo	4
1.1.2 Administración hospitalaria.....	6
1.1.3 Cirugía plástica estética	8
1.2 Análisis de factores externos e internos	10
1.2.1 Factores externos	10

1.2.2 Factores internos.....	13
1.2.3 Matriz FODA.....	13
1.3 Etapas de análisis de factibilidad.....	15
1.3.1 Análisis del mercado	15
1.3.2 Estudio técnico	21
1.3.3 Estudio administrativo.....	22
1.3.4 Estudio legal	22
1.3.5 Análisis financiero	23
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS E INTERNOS	29
2.1 Contextualización: Situación actual del sector de la salud.....	29
2.1.1 Estética en el mundo.....	30
2.1.2 Situación de la salud en Ecuador.....	31
2.1.3 Análisis de la salud en Quito	32
2.2 Factores Externos	33
2.2.1 Macro-entorno	33
2.2.2 Microentorno	50
2.3 Factores Internos	54
2.4 Matriz FODA.....	55
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	58
3.1 Análisis de la oferta	58
3.2 Análisis de la demanda.....	60
3.2.1 Consideraciones metodológicas	60

3.2.2 Resultados de las técnicas implementadas	65
3.2.3 Análisis del tamaño y características de la demanda.....	93
3.3 Mezcla de mercadotecnia	94
3.3.1 Productos y servicios a ofertar	94
3.3.2 Plaza	96
3.3.3 Precio	100
3.3.4 Promoción a desarrollar.....	101
CAPÍTULO IV: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	107
4.1 Estudio Técnico	107
4.1.1 Infraestructura.....	109
4.1.2 Equipos	114
4.1.3 Talento humano	117
4.2 Estudio administrativo.....	118
4.3 Estudio legal	125
4.4 Estudio Financiero.....	136
4.4.1 Inversión inicial	136
4.4.2 Presupuesto de Ingresos.....	141
4.4.3 Presupuesto de Gastos	144
4.4.4 Presupuesto de Inversión en Activos Fijos.....	149
4.4.5 Flujo de Caja Proyectado.....	152
4.4.6 Estado de Resultados Proyectado	154
4.4.7 Estado de Situación Financiera Proyectado.....	155

4.4.8 Análisis Financiero	157
4.4.9 Análisis de Sensibilidad	157
4.4.10 Evaluación del Proyecto	159
4.4.11 Decisión Financiera	162
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	164
Conclusiones.....	164
Recomendaciones	167
BIBLIOGRAFÍA	170
ANEXOS	175

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Cinco fuerzas de Porter	12
Gráfico 2. Modelo de matriz FODA.....	14
Gráfico 3. Modelo de matriz de estrategias DOFA	15
Gráfico 4. Cantidad de médicos por cada 10,000 habitantes en América	30
Gráfico 5. Crecimiento del PIB ecuatoriano, desde 1960	35
Gráfico 6. Tasa de inflación anual, de 2005 a 2013	37
Gráfico 7. Presidentes ecuatorianos desde 1996	41
Gráfico 8. Avance de componentes tecnológicos en Ecuador	48
Gráfico 9. Utilización de computadora en zonas urbanas, rurales y a nivel nacional	49
Gráfico 10. Cinco fuerzas de Porter	50
Gráfico 11. Matriz FODA del proyecto.....	55
Gráfico 12. Matriz de estrategias DOFA del proyecto	56
Gráfico 13. Frecuencia porcentual – Género	66
Gráfico 14. Frecuencia porcentual – Edad	67
Gráfico 15. Frecuencia porcentual - Pregunta número uno.....	68
Gráfico 16. Frecuencia porcentual - Pregunta número dos	70
Gráfico 17. Frecuencia porcentual - Pregunta número tres	71
Gráfico 18. Frecuencia pregunta número cuatro	72
Gráfico 19. Frecuencia porcentual - Pregunta número cinco	73
Gráfico 20. Frecuencia porcentual - Pregunta número seis.....	74
Gráfico 21. Frecuencia porcentual - Pregunta número siete	76
Gráfico 22. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción uno	78

Gráfico 23. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción dos.....	79
Gráfico 24. Frecuencia porcentual - Pregunta número ocho - Opción tres	80
Gráfico 25. Frecuencia porcentual - Pregunta número ocho - Opción cuatro	81
Gráfico 26. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción cinco	82
Gráfico 27. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción seis	84
Gráfico 28. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción siete.....	85
Gráfico 29. Frecuencia absoluta - Pregunta ocho - Opción ocho.....	86
Gráfico 30. Frecuencia porcentual - Pregunta número nueve	88
Gráfico 31. Frecuencia absoluta - Pregunta número diez.....	89
Gráfico 32. Mapa de la localización de la clínica.....	100
Gráfico 33. Composición de colores	102
Gráfico 34. Logo propuesto para Innova Estética	102
Gráfico 35. Tipografía a utilizar	103
Gráfico 36. Tarjeta de presentación.....	104
Gráfico 37. Hoja membretada	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Esperanza de vida de los ecuatorianos	31
Tabla 2. Inflación mensual, julio 2013 - junio 2014	36
Tabla 3. Evolución del empleo en Ecuador, diciembre 2007 – diciembre 2013	46
Tabla 4. Frecuencia absoluta - Género	66
Tabla 5. Frecuencia absoluta – Edad	67
Tabla 6. Frecuencia absoluta - Pregunta número uno	68
Tabla 7. Frecuencia absoluta - Pregunta número dos	69
Tabla 8. Frecuencia absoluta - Pregunta número tres.....	71
Tabla 9. Frecuencia absoluta - pregunta número cuatro.....	72
Tabla 10. Frecuencia absoluta - Pregunta número cinco.....	73
Tabla 11. Frecuencia absoluta – Pregunta número seis.....	74
Tabla 12. Frecuencia absoluta - Pregunta número siete	76
Tabla 13. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho - Opción uno.....	77
Tabla 14. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho - Opción dos	78
Tabla 15. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho - Opción tres.....	79
Tabla 16. Frecuencia absoluta – Pregunta ocho – Opción cuatro	81
Tabla 17. Frecuencia absoluta - Pregunta ocho - Opción cinco	82
Tabla 18. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho - Opción seis.....	83
Tabla 19. Frecuencia absoluta- Pregunta número ocho - Opción siete	85
Tabla 20. Frecuencia absoluta - Pregunta ocho - Opción ocho	86
Tabla 21. Frecuencia absoluta - Pregunta número nueve.....	87
Tabla 22. Frecuencia absoluta - Pregunta número diez.....	89

Tabla 23. Matriz de selección de localización.....	99
Tabla 24. Lista de precios de las intervenciones a ofrecer	101
Tabla 25. Infraestructura Básica para implementación.	109
Tabla 26 Activos Fijos, equipamiento.....	114
Tabla 27 Personal bajo relación de dependencia.....	117
Tabla 28 Personal Servicios Profesionales M. O. Indirecta	118
Tabla 29. Participación Accionaria	119
Tabla 30. Ficha de requisitos servicio de rentas internas	128
Tabla 31. Plan de Inversiones.....	137
Tabla 32. Tarifario de Servicios y Precios	142
Tabla 33. Proyección de Ventas a 10 años	143
Tabla 34. Presupuesto Costo de Venta (Operacionales)	144
Tabla 35. Materiales, Insumos y Medicamentos al año	145
Tabla 36. Presupuesto Gastos Administrativos y Ventas	146
Tabla 37. Sueldos y Salarios	147
Tabla 38. Proyección de Costos y Gastos	148
Tabla 39. Inversiones en activos fijos por área	149
Tabla 40. Resumen de Depreciaciones.....	151
Tabla 41. Flujo de Caja Proyectado a 10 años	152
Tabla 42. Estado de Resultados.....	154
Tabla 43. Balance General Proyectado.....	155
Tabla 44. Análisis de Sensibilidad.	158
Tabla 45. Indicadores Financieros.....	159
Tabla 46. Razones Financieras	161

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de cuestionario de encuesta	175
Anexo 2. Guía de entrevista estructurada.....	180

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
COORDINACION DE INVESTIGACION
FORMULARIO DE REGISTRO DE DISERTACIONES Y TESIS DE GRADO**

TIPO DE TRABAJO REALIZADO: DISERTACION DE GRADO

☐

TESIS DE GRADO

☒

GRADO ACADEMICO A OBTENER: LICENCIATURA

☐

MAESTRIA

☐

INGENIERIA

☒

ESPECIALIDAD: PRODUCTIVIDAD:

☐

NEGOCIOS INTERNACIONALES

☐

FINANZAS

☒

PRODUCTIVIDAD

☐

MARKETING

☐

TEMA:

FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE CIRUGÍA PLÁSTICA

ESTÉTICA EN EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, EN EL AÑO 2014.

AUTOR/es:

ÁNGELA MARÍA JARAMILLO BETANCOURT

PROFESOR DIRECTOR:

DR. FRANCISCO QUISIGUIÑA CALLE

PROFESOR INFORMANTE 1:

ING. CHRISTIAN FAJARDO

PROFESOR INFORMANTE 2:

ING. EDUARDO PORTERO

FIRMAS:

PROFESOR DIRECTOR

GRADUADO

COORD. INVESTIGACION

FECHA DE APROBACION:

8 / 12 / 2014

TEMA: FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE CIRUGÍA PLÁSTICA ESTÉTICA EN EL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO, EN EL AÑO 2014.

RESUMEN:

El presente trabajo determina la factibilidad técnica, administrativa y financiera de la creación de una nueva clínica estética en la zona sur de Quito. A través de una metodología descriptiva y con base en técnicas de recolección de información cualitativa y cuantitativa que incluía la aplicación de encuestas y entrevistas, además de información bibliográfica y documental, se logró establecer que una localización adecuada se encuentra en el sector de la Villaflora y que se estima la intervención de 432 cirugías en el primer año con un incremento posterior de 11% en el segundo año y 5% en el tercero. Con estos elementos se pudo establecer la factibilidad financiera del proyecto debido a que, con una inversión total de \$430.000,00 y el aporte de los socios de \$300.000,00, se presenta un Valor Actual Neto de \$239.714 y una Tasa Interna de Retorno de 27%.

PALABRAS CLAVES: Clínica estética – Factibilidad – Estudio financiero – Sur de Quito

TITLE: FEASIBILITY OF CREATION OF A COSMETIC PLASTIC SURGERY CLINIC IN SOUTHERN QUITO IN THE YEAR 2014.

SUMMARY:

This paper determines the technical, administrative and financial feasibility of creating a new aesthetic clinic in the southern part of Quito. Through a descriptive methodology and based on techniques for collecting qualitative and quantitative information, including conducting surveys and interviews, plus bibliographic and documentary information, it was established that a suitable location of the clinic is in La Villaflora neighborhood and that 432 surgeries would be done in the first year with a further increase of 11% in the second year and 5% by the third. With these elements it could be established the financial feasibility of the project because, with a total investment of \$ 430,000.00 and contributions of the partners of \$300.000,00 has an NPV of \$239,714 and an Internal Rate of Return of 27%.

KEYWORDS: Aesthetic Clinic - Feasibility - Financial analysis - South Quito

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la demanda de servicios de cirugía plástica estética se ha extendido significativamente alrededor del mundo y Ecuador no es la excepción, lo que provee de ventajas a la sociedad. Aunque puede parecer superficial o frívolo tratar a la salud estética como un elemento importante de beneficio a la comunidad, lo cierto es que aporta al paciente un sentimiento de satisfacción con su imagen y mejora su autoestima; de esta manera, se inscribe en lo señalado por la Organización Mundial de la Salud que señala que “la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (OMS, 1946).

El número de clínicas estéticas en Quito es de varias decenas; sin embargo, muchas de ellas no son completamente legales: en 2010 se contabilizaban más de 30 centros a los que se seguía un proceso judicial (La Hora, 2010). De manera adicional, existe una mayor concentración de este tipo de servicios en la zona norte de la capital de Ecuador, debido a la consideración de que el sur se caracteriza, especialmente, por la presencia de sectores residenciales para personas de menores ingresos (Ekos, 2011, pág. 19).

En una breve investigación previa, se determinó que existen pocas clínicas estéticas en el sur de la capital y ninguna cuenta con un sólido sistema de promoción, por ejemplo, no existe una página web propia que difunda sus servicios. Además, si se toma en cuenta que alrededor del 57% de la población de Quito vive en el sector sur (Moncayo, 2004, pág. 2) y que ha habido un aumento de la capacidad adquisitiva en el país (INEC,

2013), se ha considerado oportuno analizar la factibilidad de la creación de una clínica de cirugía plástica estética en el sector sur de Quito.

El objetivo general de la investigación es determinar la factibilidad de la creación de una Clínica de Cirugía Plástica Estética en el sector sur de la Ciudad de Quito, en el año 2014. Para lograr este fin, el presente documento también fundamenta teóricamente el análisis de factibilidad de un proyecto; determina el contexto y los factores, tanto internos como externos, que influyen en el desarrollo del proyecto; analiza el mercado de la industria de la salud estética en la ciudad de Quito; y, realiza un análisis integral del proyecto de creación de la clínica de cirugía plástica estética en términos técnicos, administrativos, legales y financieros.

El trabajo de titulación se justifica plenamente en los ámbitos teórico, metodológico y práctico. Se busca el beneficio a la comunidad por medio de la salud. Un tratamiento de cirugía plástica estética puede ser un elemento que mejore significativamente la calidad de vida de una persona al mejorar su autoestima, seguridad y confort con su propia imagen; además, al tratarse de una clínica ambulatoria, traerá beneficios como menores costos para los pacientes en comparación con clínicas y hospitales con iguales estándares de seguridad y calidad. Adicionalmente, la investigación aporta elementos de juicio para los accionistas de la clínica para tomar decisiones adecuadas y, así, garantizar que su inversión rinda frutos.

El presente informe se encuentra estructurado en capítulos. En el primer capítulo se realiza un acercamiento a la postura teórica que se utilizó en la investigación e incluye

información acerca de la administración, la forma de realizar un análisis de factores internos y externos, el análisis de mercado y el análisis de factibilidad de un proyecto. En el segundo capítulo, se realiza una presentación de los factores que influyen en el desarrollo del proyecto de creación de la clínica de cirugía plástica estética; de esta manera, se analiza tanto el entorno político, económico, social y tecnológico, así como la industria a la que pertenece la clínica y sus características internas. En el capítulo tercero, se desarrolla la presentación del estudio realizado para determinar las características de la demanda y la oferta de servicios de cirugía plástica estética, lo que permitió definir las estrategias de mercadotecnia a ser propuestas. En el cuarto acápite, se realiza un análisis de la factibilidad de creación de una clínica de cirugía plástica estética en la zona sur de la ciudad de Quito en los aspectos técnicos, administrativos, legales y financieros; esta última, con mayor detalle en la proyección de balances y estados para el cálculo de ratios que permitan una valoración objetiva de las ventajas del proyecto. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, la bibliografía consultada y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Generalidades

1.1.1 Proceso administrativo

El proceso administrativo es una serie de actividades que permiten el manejo de una empresa pública o privada, con o sin fines de lucro. El proceso administrativo desarrolla cuatro funciones básicas e imprescindibles: planear, organizar, dirigir y controlar (Robbins, Administración, 2005, pág. 9).

Las actividades del proceso administrativo se realizan incluso si no existe conciencia de ello; es decir, un pequeño negocio, una empresa nueva o cualquier tipo de entidad realiza una planeación de sus actividades, organiza sus recursos y ejecuta actividades, además de que controla que estas actividades se realicen adecuadamente. Para una mejor comprensión de las funciones enumeradas, se las explica con más detalle a continuación:

- **Planeación:** es la primera etapa del proceso en la que se determinan los objetivos que busca la organización y los cursos de acción que van a seguirse (estrategias). También se determina el enfoque estratégico a seguir que incluye la misión, visión, valores,

políticas y todos los elementos que permitan contextualizar las acciones a llevar a cabo.

- Organización: después de determinar los objetivos, la administración debe distribuir el trabajo entre los recursos con los que se cuenta. La organización es de suma importancia, en especial, para determinar las actividades y responsabilidades de los miembros de un grupo, con la función de guiar al trabajo de una manera objetiva y eficiente.
- Ejecución: también denominada dirección, es la etapa en la que se llevan a cabo los diferentes trabajos que debe desarrollar la organización para lograr sus objetivos.
- Control: un elemento de suma importancia es determinar, de manera permanente o periódica, si las acciones desarrolladas se ajustan al plan original. El control se basa en criterios previamente establecidos y deben jugar un papel importante no solo la evaluación sino la toma de decisiones adecuadas y oportunas para realizar cambios que mejoren el desempeño de la empresa.

Durante el desarrollo del presente estudio, se hace hincapié en las actividades de la administración para determinar la factibilidad administrativa de la propuesta. En tal virtud, se aportarán lineamientos para la planeación, organización, ejecución y control de la clínica de cirugía plástica estética a crear.

1.1.2 Administración hospitalaria

Las características particulares de los servicios de salud, que se pueden considerar tanto como de categoría pública, privada o mixta, además de que enfrentan una serie de situaciones especiales tales como desarrollo de planes internos, asunción de políticas estatales, enfrentamiento a un desarrollo acelerado de la tecnología y métodos médicos especiales, han hecho que se trate de recopilar información dispersa pero valiosa sobre la administración de centros de salud, lo que ha venido a denominarse administración hospitalaria (Malagón-Londoño, Galán, & Pontón, 2008, págs. 5-6).

La administración de hospitales y centros de salud tienen características comunes con la administración general, especialmente en lo que corresponde a las funciones administrativas. Sin embargo, en virtud de las características propias de la administración hospitalaria, (Malagón-Londoño, Galán, & Pontón, 2008) (pag.6) señalan que los administradores de los diferentes centros del sistema de salud deben prestar especial interés en conocer y aplicar el mejoramiento continuo e implementar círculos de calidad en los diferentes servicios.

La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá, además, que todo aquello se logre con rapidez y al mínimo coste (**Cuatrecasas, 2010, pág. 17**).

La calidad en la administración hospitalaria se origina no solo en las preferencias del cliente sino como se ha mencionado, en una dinámica impuesta tanto por los Estados como por organismos internacionales (como la Organización Mundial de la Salud, por ejemplo) que imponen requerimientos o señalan mejores prácticas médicas o en la administración de centros de atención de salud.

El mejoramiento de la calidad se puede realizar en base a normas extensamente aceptadas. El uso de estas normas “facilita la adaptación de los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, protegiendo la salud y el medio ambiente, previniendo los obstáculos al comercio y facilitando la cooperación al comercio” (Vértice, 2010, pág. 9). Las principales normas de calidad son las ofrecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (International Organization for Standardization, ISO), particularmente las relacionadas con la calidad (ISO 9001: 2008) que ya se encuentra implementado en varios centros hospitalarios del Ecuador.

A pesar de que el objetivo del presente trabajo no es el de aplicar las normas ISO 9001:2008, se las considerará como elemento guía para el análisis de la factibilidad técnica de la clínica propuesta.

1.1.3 Cirugía plástica estética

La cirugía plástica es un procedimiento quirúrgico para “la reconstrucción, reparación o reposición de partes visibles del cuerpo que han resultado dañadas o que tienen un defecto congénito” (Enciclopedia de la salud, 2013). De la definición dada, aparece como una tipología de la cirugía plástica aquella destinada a la apreciación de lo que puede considerarse atractivo o bello; es decir, la cirugía plástica estética está destinada a la reconstrucción o rectificación de tejidos con la finalidad de modificar partes del cuerpo que no son satisfactorias para el paciente.

Entre los principales procedimientos que se realizan en la cirugía plástica estética se encuentran:

- **Liposucción:** También denominada lipoplastia, es una “técnica de cirugía estética que consiste en la extracción de tejido graso por medio de una cánula de 3 a 4 mm de grosor. Esta cánula se introduce bajo la piel haciendo pequeñas incisiones. El objetivo de la liposucción es eliminar depósitos de grasa concretos, no es acabar con la obesidad genérica ni con la celulitis” (Enciclopedia de la salud, 2013).

- Implantes de glúteos: “Los implantes de glúteos (o implantes de nalgas) mejoran el tamaño y la apariencia de la zona de los glúteos colocando implantes de silicona bien debajo, en medio, o encima del músculo glúteo produciendo así una mejora estética” (ISAPS, 2013).
- Mamoplastia: “Operación de cirugía plástica de las mamas. Puede ser para aumentar el volumen de las mamas, para levantar las mamas caídas, para reconstruir las mamas después de la extirpación de un tumor, etc.” (Enciclopedia de la salud, 2013).
- Rinoplastia: “Operación de cirugía plástica que restaura o modifica la estructura de la nariz. Lo más habitual es que se haga por motivos estéticos. Se suele extirpar parte del cartílago o del hueso de la nariz” (Enciclopedia de la salud, 2013).

La cirugía plástica estética se ha ido extendiendo en el mundo. En Ecuador, la demanda también se ha incrementado, por lo que se considera oportuna la creación de una clínica de salud estética, motivo del presente estudio.

1.2 Análisis de factores externos e internos

Un análisis de factores externos e internos de una empresa es de suma importancia para determinar qué aspectos influyen positiva y negativamente en el desarrollo de las operaciones de la entidad y en sus resultados. El análisis de los factores externos e internos debe realizarse de manera objetiva, considerando los aspectos más trascendentales y actuales, con el fin de lograr una comprensión cabal de la situación de la empresa (Amaya, 2005, págs. 27-35).

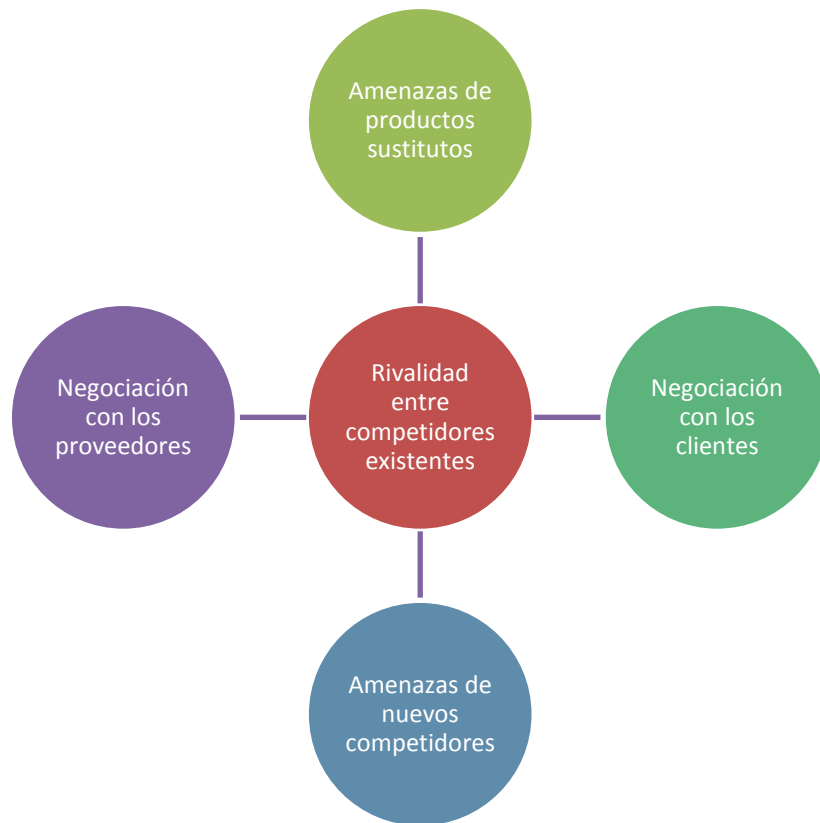
1.2.1 Factores externos

Los factores externos son situaciones que no pertenecen a la entidad y que no pueden ser modificados exclusivamente por su voluntad; es decir, se encuentra determinado por el conjunto de la comunidad (análisis del macro-entorno) o de la industria (análisis del micro-entorno).

El análisis del macro-entorno es una recopilación de información sobre la situación económica, social, política, cultural, tecnológica y de otros tipos que pueden tener un impacto en el desempeño de una organización o un proyecto. Los elementos analizados permiten “identificar tanto las oportunidades de negocio como las

amenazas para su funcionamiento” (López & Rivera, 2012, pág. 57), es decir, aporta información sobre los factores externos que afectan al proyecto o compañía.

El análisis del micro-entorno determina la situación de la industria en la que se desarrolla una empresa o proyecto. Una de las formas más extendidas de análisis del micro-entorno es el denominado Modelo de Porter (del profesor norteamericano Michael Porter); en este modelo existen cinco diferentes tipos de fuerzas que influyen significativamente en las organizaciones que se desempeñan en una misma industria (Hitt, 2006, pág. 92). Las cinco fuerzas nombradas por el Modelo de Porter son las que se presentan en la siguiente figura:

Gráfico 1. Cinco fuerzas de Porter

Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

Los elementos analizados por el modelo de Porter ofrecen, conjuntamente con el estudio del macro-entorno, información suficiente para la comprensión de los factores externos que rodean a la compañía o proyecto.

1.2.2 Factores internos

El análisis interno permite identificar las fortalezas y debilidades de una empresa (Robbins, 2005, pág. 184). El análisis de los factores internos identifica:

- Capacidad directiva
- Capacidad competitiva
- Capacidad financiera
- Capacidad tecnológica; y,
- Capacidad del talento humano (Amaya, 2005, pág. 27).

1.2.3 Matriz FODA

El análisis FODA (de las iniciales de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), también denominado análisis SWOT (por sus siglas en inglés), es una herramienta que “permite entender mejor cuáles son los factores internos o endógenos y los externos o exógenos, que influyen favorable o desfavorablemente en el desempeño de la organización” (Zambrano, 2007, pág. 85).

La matriz FODA organiza la información recopilada a través del análisis de los ambientes externo e interno. El análisis suele realizarse a través de una matriz como la que se presenta a continuación:

Gráfico 2. Modelo de matriz FODA

Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

La matriz FODA, adicionalmente, permite combinar los resultados con el fin de determinar estrategias de cuatro tipos: Estrategias FO (fortalezas, oportunidades), DO (debilidades, oportunidades), FA (fortalezas, amenazas) y DA (debilidades, amenazas). “Algunas de las preguntas que se deben plantear para esto son: ¿Cómo podemos impulsar la fortaleza X para aprovechar la oportunidad A? [...] o, ¿cómo puedo eliminar mi debilidad W para evitar la amenaza D?” (Cuellar, 1999).

Al análisis, organizado en una matriz, se le denomina matriz de estrategias DAFO. A continuación se presenta un modelo de la matriz señalada:

Gráfico 3. Modelo de matriz de estrategias DOFA

Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

En el presente estudio, se utilizarán las matrices FODA y de estrategias para determinar la situación de la creación de la clínica de cirugía plástica estética propuesta y las acciones a seguir.

1.3 Etapas de análisis de factibilidad

1.3.1 Análisis del mercado

El mercado es “aquel lugar en el que vendedores y compradores se reunía para comprar y vender bienes. Los economistas describen un

mercado como el conjunto de compradores y vendedores” (Kotler & Keller, 2006, pág. 10) de un bien o servicio en particular.

La investigación de mercado se compone de la recopilación de información acerca de la industria en la que se desarrolla una empresa, particularmente acerca de la conformación y conducta de la oferta (vendedores) y la demanda (compradores). Esta información permite tomar decisiones de marketing, imprescindibles para el adecuado funcionamiento de la empresa. Dentro del estudio de mercado, es necesario analizar las características de la demanda, la oferta y las estrategias a seguir en el terreno de la mercadotecnia.

El análisis de mercado permite determinar las posibilidades de ingreso en una industria. Este análisis muestra el tamaño de la demanda insatisfecha o potencial de un negocio y la oferta ya instalada. Con ello, se pueden definir las posibilidades de venta de un bien o servicio específicos.

En el presente informe se desarrolla un análisis de mercado cuyo contenido, fuentes y mezcla de mercadotecnia se describen a continuación.

1.3.1.1 Contenido y forma de un estudio de mercado

Un estudio de mercado, según lo exponen López y Rivera (2012, pág. 191), es un proceso sistemático (es decir que es planificado, organizado y con objetivos claros, de carácter objetivo, basado en el método científico, contiene procesos de información y está orientado a la toma de decisiones.

La información que se recopila depende de los objetivos planteados, en este sentido, se puede analizar el mercado a través de los consumidores y sus preferencias o entre las empresas que conforman la industria (López & Rivera, 2012, pág. 192). Algo similar ocurre con la forma en la que se desarrolla el estudio de mercado; un análisis llevado a cabo por una empresa que realiza un producto o servicio innovador y productos complementarios o suplementarios será diferente a un estudio desarrollado por una empresa que ofrece un producto que ya es conocido por los demandantes y con un gran número de competidores.

Para el presente trabajo investigativo, se realizará un estudio de mercado que incluye:

- Determinación de la metodología utilizada
- Análisis de la demanda

- Análisis de la oferta
- Mezcla de mercadotecnia

1.3.1.2 Fuentes y técnicas del estudio de mercado

Dentro de una investigación de mercado existen varias fuentes a través de las cuales se obtiene la información necesaria.

Las fuentes primarias de la investigación “son aquellas de donde se obtiene información directa” (Bernal, 2006, pág. 175); en el caso del presente trabajo, las fuentes primarias son las personas encuestadas, los comentarios de los entrevistados, datos estadísticos oficiales y normativa vigente.

Las fuentes secundarias, por otro lado, son datos que se basan en la interpretación y el estudio de otras fuentes y ofrecen una información indirecta sobre la situación estudiada. Como fuentes secundarias del trabajo se consideran fuentes bibliográficas y documentales, además de informes que se relacionen con el mercado estudiado, entre otros vinculados con el tema de investigación.

Las técnicas en la investigación de mercados son muy amplias e incluyen encuestas abiertas y cerradas; entrevistas estructuradas, semi-estructuradas y no estructuradas; observación directa, estudios bibliográficos y documentales; focus group, paneles, entre los más usuales (López & Rivera, 2012, págs. 209-215). Estas técnicas se implementan a través de diversos instrumentos como cuestionarios, guías de observación, fichas bibliográficas y registro fotográfico. En la presente investigación se aplicarán las técnicas de encuesta, entrevista y estudio bibliográfico y documental.

1.3.1.3 Mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia, basada en los resultados de un adecuado estudio de mercado, es una descripción general de las estrategias que serán implementadas para el producto o servicio (tipo de producto, cantidad, empaque, etc.), plaza (que es el lugar donde se realizará la venta del producto o servicio), precio (se debe especificar si se realizará una estrategia de precios de penetración, descremado de precios u otras) y promoción (forma en que se dará a conocer el producto o servicio al público). A estos elementos se los conoce como las

cuatro “Ps” de la mezcla de mercadotecnia (Kotler & Keller, 2006, págs. 19-20).

Las estrategias más comunes pueden ser las siguientes:
(Vásquez L. , 2012, págs. 1-4):

- Incluir nuevas características al producto
- Incluir nuevos atributos al producto
- Lanzar una nueva línea de producto
- Ampliar la línea actual del producto
- Lanzar una nueva marca
- Incluir nuevos servicios adicionales que brinden un valor agregado al producto

Estrategias de precio:

- Lanzar el producto con un precio bajo, para lograr una rápida penetración.
- Lanzar el producto con un precio alto, para lograr descremado de mercado y notoriedad por la idea de calidad del producto.
- Lanzar el producto, con precios por debajo de los de la competencia

Estrategias de plaza (distribución):

- Ventas por plataforma de internet

- Agenciamiento, vender por medio de intermediarios
- Punto de venta (merchandising)
- Islas de ventas

Estrategias de promoción:

- Publicidad
- Relaciones públicas
- Promoción digital
- Publicidad BTL
- Auspicios

Las estrategias deben diseñarse e implementarse de acuerdo a los objetivos de la empresa. En el caso del presente informe, se determinarán estrategias de la mezcla de mercadotecnia en base de los resultados obtenidos durante la investigación de mercado realizada.

1.3.2 Estudio técnico

Un estudio técnico de un proyecto permite identificar las actividades que se van a realizar y la capacidad técnica para desarrollarlos. Sin embargo, el estudio técnico no solamente ha de demostrar la factibilidad técnica, “sino que también debe mostrar y justificar cuál

es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto” (ILPES, 2006, págs. 91-92).

En el caso del presente trabajo investigativo, el estudio técnico incluirá el diseño del proyecto en lo que respecta a su localización, infraestructura necesaria, capacidad máxima operativa y tiempo de desarrollo.

1.3.3 Estudio administrativo

El estudio administrativo de un proyecto determina la capacidad de la gestión del proyecto. Incluye conformación accionaria, estructura orgánica, planificación de recursos humanos y planificación (López, Aceves, Pellat, & Puerta, 2012).

1.3.4 Estudio legal

Un estudio legal de un proyecto permite determinar las limitaciones y formalidades impuestas por la legislación vigente para el desarrollo del proyecto. Dentro del estudio legal se deben determinar cuáles son los requerimientos que impone la normativa para el desarrollo del

proyecto y los que estén relacionados con la propia operación, tales como la normativa fiscal.

En el presente estudio se determinarán las normas legales relacionadas a la creación de una clínica de cirugía plástica estética.

1.3.5 Análisis financiero

Con el fin de determinar la factibilidad de un proyecto en el ámbito financiero, se evalúan los resultados financieros a través de balances proyectados y de índices financieros.

A continuación se detallan los elementos que se utilizarán para el análisis financiero del proyecto:

1.3.5.1 Inversión y presupuestos

Para realizar el análisis financiero de un proyecto, es necesario determinar, en primer lugar, cuál es el tamaño de la inversión inicial y los costos de operación del proyecto (Keat & Young, 2004, pág. 619).

La inversión inicial, es el “desembolso que hay que hacer en el momento cero para llevar adelante el proyecto” (Garrido, 2011). Dentro del proyecto estudiado en el presente documento, se considerarán los costos de la adquisición de equipos, muebles y enseres, el capital de trabajo y los demás que son usuales a la apertura de una organización y que serán enumerados posteriormente.

Los presupuestos se establecen como costos y gastos que pueden preverse para las actividades del proyecto. En este sentido, se deben proyectar los desembolsos que se realizarán durante el tiempo que dure el proyecto en temas como sueldos y salarios, costos de publicidad, arrendamientos, seguros, entre otros.

1.3.5.2 Tipos de balances para análisis financiero

Los balances más importantes para la evaluación de un proyecto de inversión son el balance general, el balance de pérdidas y ganancias (también denominado balance de resultados) y el flujo de caja proyectado (Gitman, 2003, pág. 41). Con estas proyecciones, se pueden calcular varios índices

y ratios que permiten evaluar la factibilidad financiera del proyecto.

En el presente estudio se determinarán los tres estados financieros mencionados para cada año en el que se desarrollará el proyecto.

1.3.5.3 Índices y ratios de evaluación financiera

Los índices de evaluación más comunes son:

- El Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto de una inversión, es el resultado de restar los flujos proyectados en su valor presente (por medio de una tasa de descuento) menos la inversión inicial. Si el VAN es mayor que cero, la inversión es rentable (Gitman, 2003, pág. 357).

Un flujo futuro se puede traer al presente por medio de la siguiente fórmula:

$$VP = VF / (1+r)^t$$

Dónde:

VP es el valor presente que se busca determinar

VF es el valor futuro que se prevé obtener

r es la tasa de descuento

t es el tiempo en años en el que se recibirá el valor futuro

Para el cálculo del valor actual neto se requiere considerar una tasa de descuento, con la cual se pueden calcular los valores actuales de los flujos (Gitman, 2003, pág. 347). La tasa de descuento que se aplica puede ser calculada de varias formas.

Una de las más comunes es la Tasa Mínima de Rentabilidad Aceptable (TMAR) que se calcula sumando el valor de la inflación, el riesgo país y el premio por riesgo; también puede calcularse el denominado costo de capital promedio (WACC por sus siglas en inglés) que considera tanto la tasa de interés aceptable para los accionistas como para la fuente de financiamiento.

- TIR, tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que se requeriría para que el Valor Actual Neto de un proyecto de inversión fuera cero (Keat & Young, 2004, pág. 573); el criterio de evaluación de la TIR es que, si el valor es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es rentable. Por lo señalado, es necesario también calcular la tasa de descuento para el proyecto con el fin de evaluarlo a través de la tasa interna de retorno.

- Período de recuperación es el tiempo necesario para recuperar el valor invertido, tomando en consideración los flujos proyectados. Estos flujos pueden considerarse en sus valores futuros o pueden traerse al presente a través de la tasa de descuento con la fórmula que fue descrita previamente.

El período de recuperación es un dato que permite tener una visión de la forma en que se desarrolla una inversión a través del tiempo y su criterio de evaluación se reduce a identificar si el año en el que se recupera la inversión inicial se encuentra en el tiempo determinado para la operación del proyecto.

- Algunos índices que, adicionalmente, suelen utilizarse son el rendimiento sobre la inversión (ROA) que se calcula dividiendo el total de las utilidades después de impuestos para el total de activos; el rendimiento sobre el patrimonio (ROE) que es la razón entre las utilidades y el capital de la compañía; índice de costo-beneficio, apalancamiento, entre otros (Gitman, 2003, pág. 62).

Los índices señalados carecen, en muchos casos, de un criterio de valoración único y se usan especialmente para

una comparación con otras empresas de la industria. No obstante, sus resultados suelen ser percibidos inmediatamente; por ejemplo, un rendimiento sobre el capital (ROE) superior a 1 indicaría que se gana más de un dólar en utilidad por cada dólar de inversión.

En el presente informe se utilizan los siguientes índices: valor actual, valor actual neto, tasa interna de retorno, análisis de costo y beneficio, período de recuperación, rentabilidad sobre activos y rentabilidad sobre capital, con el fin de tomar una decisión financiera acertada.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS E INTERNOS

2.1 Contextualización: Situación actual del sector de la salud

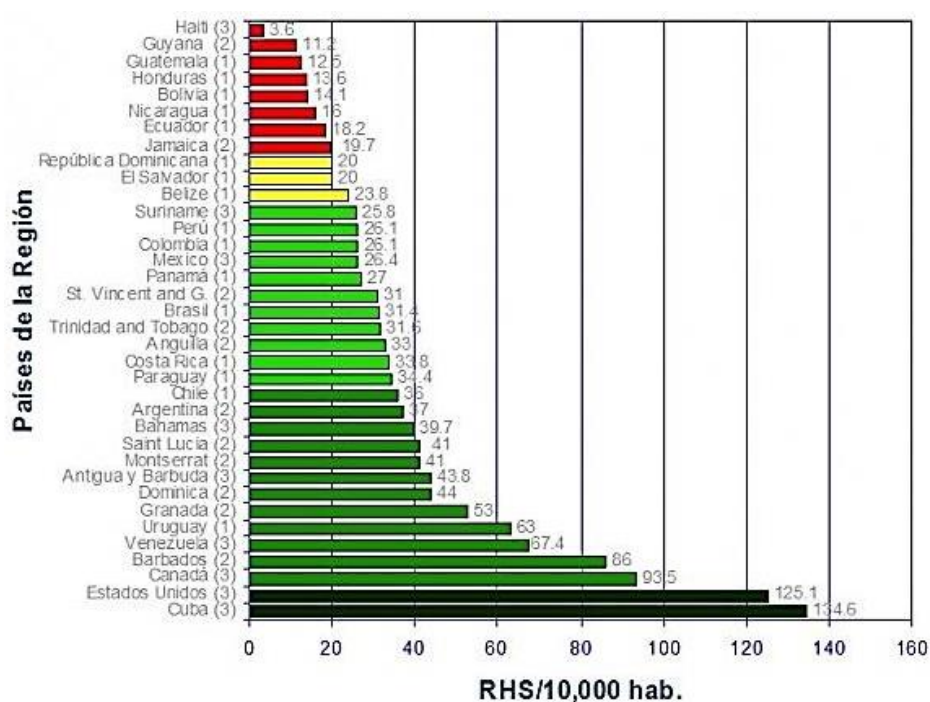
En la actualidad, la situación de la salud a nivel mundial es deficiente; según informes de la Organización Mundial de la Salud (2010), “cada año mueren alrededor de 6,6 millones de menores de 5 años” (pág. 2); a esto se suma que una gran cantidad de personas mueren por enfermedades cardiovasculares que en gran medida se debe a una deficiente alimentación; o por VIH (SIDA) en regiones como África donde no existe una adecuada difusión para la prevención de la enfermedad.

Según información revelada por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura, UNESCO, la situación es especialmente grave en países del continente africano donde se suma a la deficiente atención una reducida cobertura de servicios de saneamiento como agua potable y alcantarillado.

En la región americana, la situación de la salud también presenta un cuadro negativo en varios países entre los que se encuentra Ecuador. El déficit de acceso a salud se percibe en la reducida cantidad de personal de salud distribuida para la totalidad de los pacientes. En el siguiente gráfico

se puede observar la cantidad de médicos y personal de salud por cada 10,000 habitantes:

Gráfico 4. Cantidad de médicos por cada 10,000 habitantes en América



Fuentes:

- (1) Informe de los países (2013). "Estudio de la segunda medición de las metas regionales en recursos humanos en salud. Monitoreo de los Desafíos de Toronto"
- (2) Informe de los países (2009-2011). "Estudio de medición de las metas regionales en recursos humanos en salud. Monitoreo de los Desafíos de Toronto"
- (3) Rick Cameron (April 2006). "Human Resources for Health in the Americas: Strengthening the Foundation. A Report to the Human Resources for Health Unit"

Fuente: Cubadebate, 2013

2.1.1 Estética en el mundo

La situación de la salud estética, la situación es especial pues se la considera como un tipo de salud que se relaciona con la capacidad

económica de los pacientes que pueden pagar los costos de la intervención.

En el sentido expuesto, las intervenciones de la salud estética son proporcionales al bienestar económico de las personas. Esto justifica que el país con mayor número de cirugías plásticas estéticas sea Estados Unidos.

2.1.2 Situación de la salud en Ecuador

Ecuador, en los últimos años, ha incrementado su cobertura de salud (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2010). Esto ha permitido que se incremente la esperanza de vida de los ecuatorianos como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Esperanza de vida de los ecuatorianos

Períodos quinquenales	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
1985-1990	67,5	65,3	69,9
1990-1995	70,0	67,6	72,6
1995-2000	72,3	69,7	75,1
2000-2005	74,2	71,3	77,2
2005-2010	75,0	72,1	78,0

Fuente: (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2010)

Elaborado por: Angela Jaramillo

Los datos oficiales también señalan que ha habido un crecimiento importante de recursos estatales dedicados al sector de la salud, que ha ascendido a 3% del Presupuesto General del Estado en 2014. De manera general, por lo señalado, existe un mejoramiento de la cobertura de la salud en el país.

En lo que respecta a la salud estética, también se ha presentado un incremento de las atenciones. Además, los cirujanos plásticos (estéticos y reconstructivos) también han mejorado sus condiciones a través de la creación y mantenimiento de la Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética (SECPRE) con afiliados en diversas provincias del país (SECPRE, 2013, pág. 1). Cabe destacar que es precisamente en las provincias más grandes y con mayores ingresos es donde se presenta una mayor cantidad de médicos y clínicas de cirugía plástica y estética; es así que la ciudad de Quito, capital de Ecuador, tiene un número alto de profesionales en salud estética, como se describe a continuación.

2.1.3 Análisis de la salud en Quito

En la ciudad de Quito hay una amplia cobertura de salud con hospitales y clínicas tanto del sector privado como público. Esto ocurre de manera similar con la cirugía plástica estética.

La salud plástica estética, como se ha verificado previamente, es un servicio que se relaciona con los ingresos y con otros componentes como la publicidad e, incluso, la moda. En las zonas urbanas del Ecuador, la renta promedio por familia asciende a \$1.046,00 en comparación con \$567 que se registra en la zona rural (INEC, 2012, pág. 21), lo que da pie a que servicios como la salud estética sean más difundidos en las áreas urbanas, como por ejemplo en Quito.

Según la SECPRE (2013, págs. 2-3), en la ciudad de Quito hay 57 cirujanos plásticos afiliados a la organización, quienes trabajan en consultorios privados o en clínicas y hospitales de manera itinerante.

2.2 Factores Externos

En la presente sección, se hace un análisis de los factores externos que influyen en las operaciones de la clínica de cirugía plástica estética propuesta en el presente documento.

2.2.1 Macro-entorno

De manera general, el macro-entorno se percibe como positivo para el desarrollo del proyecto, considerando los ámbitos económico, político, social y tecnológico, como se muestra a continuación:

2.2.1.1 Situación económica en el Ecuador

En la actualidad, la situación económica en el Ecuador es estable y con una tendencia positiva, lo que se verifica a través de los siguientes elementos:

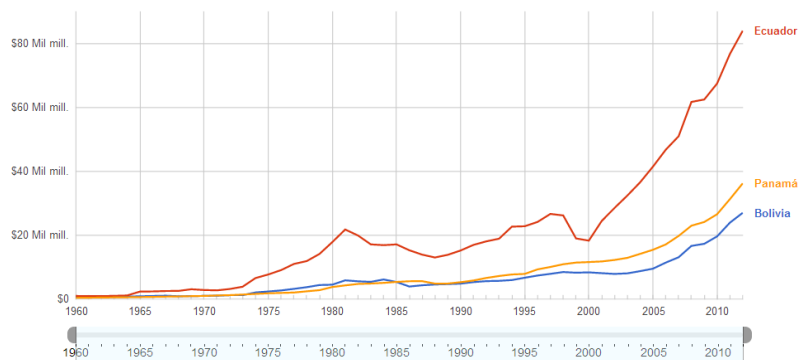
Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor definido en dinero que refleja la producción de bienes y servicios de un país durante un periodo determinado (Enciclopedia de Economía, 2014).

El PIB se calcula con la suma del consumo (C) que es el gasto de los hogares en bienes y servicios con la excepción de las compras de nuevas viviendas; la inversión (I), que es el gasto en el equipo de capital, existencias y estructuras, incluidas las compras de nuevas viviendas por parte de los hogares, las Compras del Estado (G) que contempla el gasto de la administración central y de las administraciones regionales y locales en bienes y servicios; y, las Exportaciones Netas (NX) que es la suma algebraica de exportaciones e importaciones (Web y Empresas, 2011, pág. 2)

El PIB se usa como índice de análisis para determinar el crecimiento económico de un país. Ecuador ha tenido un crecimiento sostenido del PIB. A continuación se presenta una figura que representa la evolución del PIB ecuatoriano desde 1960 hasta 2012, comparándolo con los productos internos brutos de Bolivia y Panamá como referentes:

Gráfico 5. Crecimiento del PIB ecuatoriano, desde 1960



Fuente: Banco Mundial

“El gobierno ecuatoriano difundió su expectativa de que el Producto Interno Bruto se acerque a los 100.000 millones de dólares en 2014, dado a los registros de crecimiento que el país suramericano sostiene desde 2011 y espera lleguen al 2014 a un rango entre el 4,1% y 5,1%” (ANDES, 2013).

Por lo señalado, la economía ecuatoriana presenta un escenario positivo gracias al crecimiento del PIB que se ha mantenido desde 2009 (año de la crisis económica mundial).

Tasa de inflación

La tasa de inflación se define como “variación porcentual de un índice de precios en un año dado” (Krugman & Wells, 2007, pág. 178). Una tasa de inflación baja es conveniente tanto para el consumidor como para la empresa debido a que se mantiene o mejora la capacidad adquisitiva y se dinamiza la compra de bienes o servicios.

En la tabla 2 se muestra la evolución de la tasa de inflación mensual en Ecuador durante el último año:

Tabla 2. Inflación mensual, julio 2013 - junio 2014

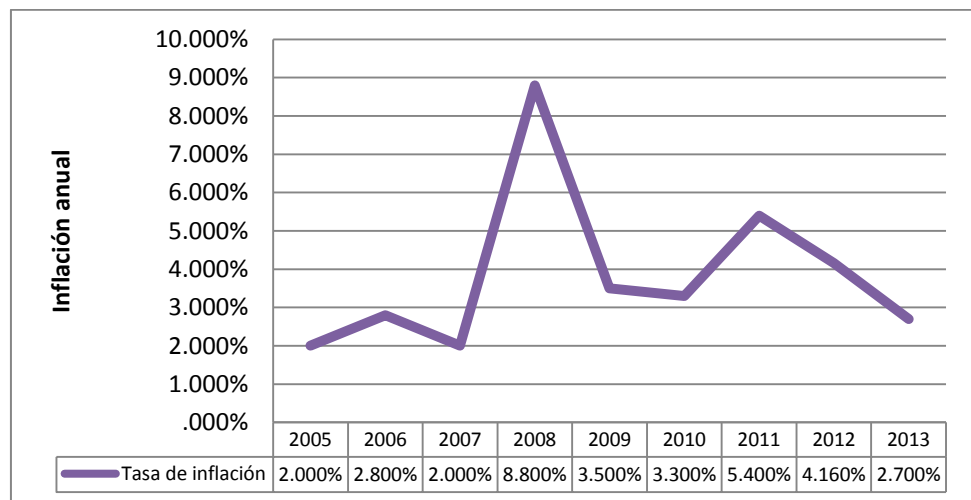
FECHA	VALOR
Junio-30-2014	0.10 %
Mayo-31-2014	-0.04 %
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %
Enero-31-2014	0.72 %
Diciembre-31-2013	0.20 %
Noviembre-30-2013	0.39 %
Octubre-31-2013	0.41 %
Septiembre-30-2013	0.57 %
Agosto-31-2013	0.17 %
Julio-31-2013	-0.02 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)
Elaborado por: Angela Jaramillo

Como se puede verificar, la tasa de inflación mensual en el último año se ha mantenido en valores relativamente bajos, lo que se constituye en una oportunidad para la creación de la clínica estética propuesta en este informe.

La tendencia presentada durante el último año ha sido estable en los últimos años. En el gráfico 6 se muestra la inflación anual, a diciembre de cada año, desde 2005 hasta 2013 para constatar lo señalado:

Gráfico 6. Tasa de inflación anual, de 2005 a 2013



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: la autora

La inflación ha mantenido un nivel de estabilidad desde 2000 debido al proceso de dolarización que se desarrolló en el país. No obstante, se puede observar que en 2008, cuando inició la

crisis económica mundial, la inflación tuvo un incremento bastante sustancial. Hoy en día, se ha retomado un nivel bajo de inflación, por lo que se considera que este elemento abona a un escenario positivo para la creación de una clínica estética en la ciudad de Quito.

Tasas de interés

Existen dos tipos de tasas de interés: activa y pasiva. La tasa activa es “el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones del mercado y las condiciones del Banco Central, cobran por los diferentes servicios de crédito a los usuarios de los mismo” (Hernández, 2006, pág. 322).

Por otro lado, la tasa pasiva se define como “el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen” (Hernández, 2006, pág. 322).

La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se denomina margen de intermediación.

En Ecuador se mantiene una política de fijación de techos en la determinación de las tasas activas y pasivas, de acuerdo a

tasas referenciales impuestas por el Banco Central. A julio de 2014, la tasa activa se ubica en 8,21% y la pasiva alcanza 4,98% (Banco Central del Ecuador, 2014); que son niveles que ofrecen una oportunidad al desarrollo de una clínica de cirugía plástica estética ya que favorecen el endeudamiento en caso de requerir un financiamiento para la inversión. De manera adicional, estas tasas también favorecen los créditos de consumo, lo que puede dinamizar la compra de servicios de cirugía estética por parte de los posibles clientes.

Riesgo país

El riesgo país “es un indicador de la situación de un país evaluada por un número de empresas especializadas” (Banco Central del Ecuador, 2014). Este indicador es importante debido a que es parte del cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR que se constituye en la tasa de descuento para el análisis de valor presente y tasa interna de retorno, con los que se evalúa financieramente un proyecto.

Al 7 de julio de 2014, el riesgo país se ubica en 403 puntos (Banco Central del Ecuador, 2014).

2.2.1.2 Entorno político

La historia reciente de Ecuador, en materia política, estuvo determinada por una inestabilidad profunda que se presentó durante la última década del siglo XX y los primeros años del siglo XXI.

La inestabilidad señalada se percibe, especialmente, por la cantidad de presidentes que pasaron por el país, con períodos que no llegaron a completarse (4 años, según las últimas normas constitucionales). En el gráfico A manera de ejemplo y con el fin de comprender el grado de inestabilidad política en el Ecuador, a continuación se hace un recuento de los presidentes ecuatorianos desde 1996:

Gráfico 7. Presidentes ecuatorianos desde 1996

Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

Desde 2007, año en el que el actual Presidente de la República, el economista Rafael Correa Delgado, asumió sus funciones, se ha mantenido una relativa estabilidad política en el país en lo relativo al mandato; no obstante, se han producido profundos

cambios en temas como legislación y políticas particulares que son importantes para analizar.

Entre los cambios más radicales en el país, durante los últimos años, se encuentra la elaboración y aprobación de una nueva Constitución de la República en 2008. Esta norma presenta importantes notas relativas a la producción, la libertad de empresa y el rol del Estado en las actividades económicas:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza (Constitución de la República, 2008).

La Constitución del Ecuador, en su artículo 280, también establece que se debe elaborar un plan nacional para la implementación de políticas estatales. Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV 2009 - 2013) es la hoja de ruta de la política pública en el país (SEMPLEDES, 2013, pág. 19).

En el Plan Nacional del Buen Vivir se señala, como objetivo número 3, mejorar la calidad de vida de la población (SEMPLEDES, 2013, pág. 136) y se habla de los servicios de

salud en el país, el acceso a servicios de salubridad, vivienda, entre otros. De manera particular, la estrategia 3.2. señala la necesidad de “ampliar los servicios de prevención y promoción de la salud para mejorar las condiciones y los hábitos de vida de las personas” (SEMPLADES, 2013, pág. 144).

Otras políticas de Estado también pueden influir en el desarrollo de las actividades de la clínica de salud estética propuesta en este documento; entre las más importantes se relacionan con la inclusión económica de la población, el desarrollo de empresas privadas y el mejoramiento integral de la calidad de vida (buen vivir o *sumak kawsay*) que se muestran como positivos para las operaciones de la clínica.

Por lo establecido en líneas precedentes, se determina que la situación política actual es beneficiosa para el desarrollo del proyecto.

2.2.1.3 Análisis social y cultural

El estudio social y cultural relacionado con el proyecto de creación de una clínica de cirugía plástica estética en Quito se enfoca en determinar la evolución del desarrollo económico de

la ciudadanía, para determinar si se están creando las condiciones para el consumo de los servicios que prestará la clínica.

En el sentido que se ha anotado, se analiza tanto la evolución de los salarios como del trabajo. En el ámbito cultural, es importante determinar la aceptación de las personas a la cirugía plástica.

En Ecuador se mantienen salarios mínimos pero también se ha establecido el “salario digno” que las empresas que declaran utilidades deben pagar a sus trabajadores. Para el año 2014, el salario mínimo se ubica en \$340 mensuales, mientras que el salario de la dignidad es de \$397 (Enríquez, 2013, pág. 1); pero es importante señalar que, según estimaciones del INEC, el ingreso promedio familiar en zonas urbanas como Quito es superior a \$1.000 mensuales (INEC, 2012, pág. 22).

En lo referente al empleo, este ha ido en aumento en los últimos años. En la ciudad de Quito, área de estudio del presente informe, según datos del INEC, la tasa de desempleo asciende a algo más de 4%, lo que es un elemento muy positivo para el desarrollo del proyecto planteado.

Con el fin de comprender la evolución del empleo en Quito y en el Ecuador, se presenta en la tabla 3 el desarrollo del desempleo, subempleo y ocupación plena de los últimos años:

Tabla 3. Evolución del empleo en Ecuador, diciembre 2007 – diciembre 2013

TASA DE DESEMPLEO

	2007 (Diciembre)	2008 (Junio)	2008 (Diciembre)	2009 (Diciembre)	2010 (Junio)	2010 (Diciembre)	2011 (Junio)	2011 (Diciembre)	2012 (Junio)	2012 (Diciembre)	2013 (Junio)	2013 (Diciembre)
NACIONAL URBANO RURAL	5,00%	5,22%	5,95%	6,47%	6,20%	5,02%	5,02%	4,21%	4,11%	4,12%	3,91%	4,15%
QUITO	6,09%	5,91%	5,88%	6,08%	6,72%	4,33%	3,81%	4,33%	4,36%	4,44%	4,44%	4,04%
GUAYAQUIL	7,04%	8,70%	9,48%	11,71%	8,99%	7,61%	9,63%	5,93%	6,31%	5,54%	5,97%	5,74%
CUENCA	4,90%	4,63%	4,39%	4,68%	4,03%	2,55%	3,63%	3,91%	3,43%	3,69%	4,52%	3,68%
MACHALA	3,54%	6,51%	8,70%	8,39%	5,42%	4,33%	6,86%	4,59%	4,67%	4,40%	3,68%	3,83%
AMBATO	6,54%	4,23%	3,75%	3,87%	3,26%	3,24%	3,89%	2,33%	3,45%	3,35%	4,53%	3,39%

TASA DE SUBEMPLEO BRUTA

	2007 (Diciembre)	2008 (Junio)	2008 (Diciembre)	2009 (Diciembre)	2010 (Junio)	2010 (Diciembre)	2011 (Junio)	2011 (Diciembre)	2012 (Junio)	2012 (Diciembre)	2013 (Junio)	2013 (Diciembre)
NACIONAL URBANO RURAL	58,68%	57,85%	57,20%	59,40%	59,16%	56,23%	56,61%	54,26%	53,29%	50,90%	56,39%	52,49%
QUITO	35,45%	36,36%	40,51%	39,76%	37,19%	31,78%	33,07%	35,32%	33,52%	26,29%	34,15%	29,93%
GUAYAQUIL	48,31%	46,78%	45,26%	46,57%	47,68%	44,16%	42,93%	39,53%	36,69%	34,21%	44,86%	41,11%
CUENCA	39,32%	34,89%	34,66%	38,81%	46,83%	37,74%	43,57%	33,77%	36,02%	30,69%	31,55%	31,68%
MACHALA	56,91%	51,78%	46,54%	52,93%	56,20%	51,59%	44,05%	41,45%	41,74%	38,45%	44,27%	40,25%
AMBATO	49,64%	51,19%	48,32%	54,20%	53,89%	46,13%	45,80%	40,28%	43,44%	37,89%	52,28%	48,54%

TASA DE OCUPADOS PLENOS

	2007 (Diciembre)	2008 (Junio)	2008 (Diciembre)	2009 (Diciembre)	2010 (Junio)	2010 (Diciembre)	2011 (Junio)	2011 (Diciembre)	2012 (Junio)	2012 (Diciembre)	2013 (Junio)	2013 (Diciembre)
NACIONAL URBANO RURAL	35,29%	36,00%	36,61%	32,17%	33,32%	37,90%	37,44%	40,94%	41,20%	42,79%	38,35%	43,15%
QUITO	56,54%	56,49%	52,67%	42,61%	52,64%	59,51%	57,79%	58,84%	54,70%	58,69%	57,37%	65,29%
GUAYAQUIL	43,48%	44,01%	45,20%	40,97%	40,20%	47,68%	46,95%	53,48%	55,70%	58,09%	46,10%	53,10%
CUENCA	54,23%	59,69%	60,81%	54,88%	48,59%	59,55%	52,63%	61,90%	59,66%	64,73%	63,65%	64,65%
MACHALA	38,45%	41,47%	44,59%	37,88%	36,30%	44,08%	48,53%	53,37%	53,38%	56,00%	48,91%	55,83%
AMBATO	42,36%	42,73%	47,63%	38,08%	42,08%	50,11%	50,31%	56,50%	52,28%	54,46%	39,74%	47,98%

Fuente: (INEC, 2013)

Con respecto a la opinión de la sociedad acerca de la cirugía plástica estética, es importante señalar que crece, de manera constante, el interés de las personas por su apariencia física y por los procedimientos estéticos.

En un estudio llevado a cabo en 2012, “por Advance Consultora a 1.200 mujeres de entre 18 y 64 años en las ciudades de Quito y Guayaquil revela que el 66% de las encuestadas se sometería a cirugía para mejorar alguna parte de su cuerpo” (Gómez, 2013, pág. 136).

Entre las motivaciones determinadas por el estudio mencionado se encuentra preocupación por el aspecto personal en el 67,89% de las personas encuestadas, creencia de que la imagen influye mucho en el éxito social entre el 81,84% de participantes, importancia para progresar laboralmente en el 81,05% de personas y que una buena imagen ayuda a la persona en su autoestima en el 87,10% de encuestadas (Gómez, 2013, pág. 138).

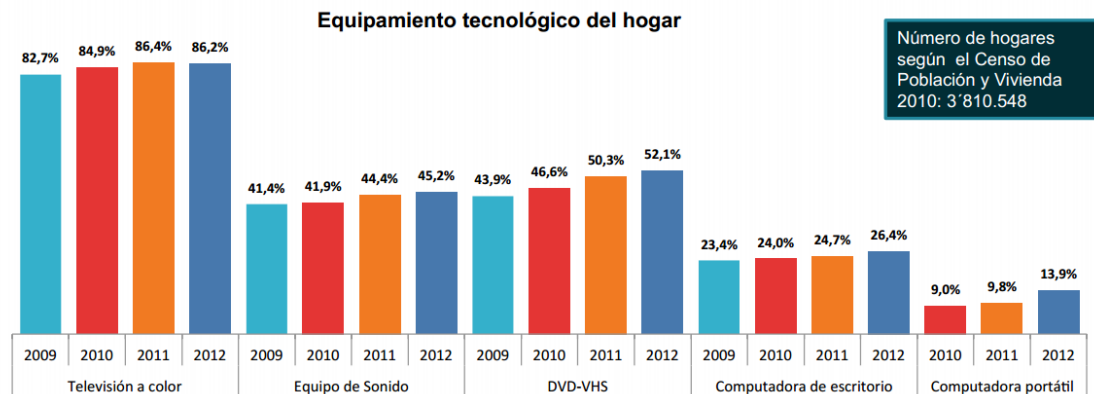
Por lo señalado, se puede interpretar como una oportunidad el entorno social y cultural para la creación de una clínica de cirugía plástica estética en la ciudad de Quito.

2.2.1.4 Entorno tecnológico

Es importante analizar el entorno tecnológico que rodea al proyecto de creación de la clínica de cirugía plástica estética con el fin de comprender las oportunidades o limitaciones tanto para las operaciones de la entidad como para su difusión (que puede ser a través de medios digitales).

Ecuador tiene un limitado acceso a tecnologías de comunicación computacionales como se puede apreciar en el gráfico 8; sin embargo, presenta niveles elevados de acceso a televisión y equipos de audio.

Gráfico 8. Avance de componentes tecnológicos en Ecuador

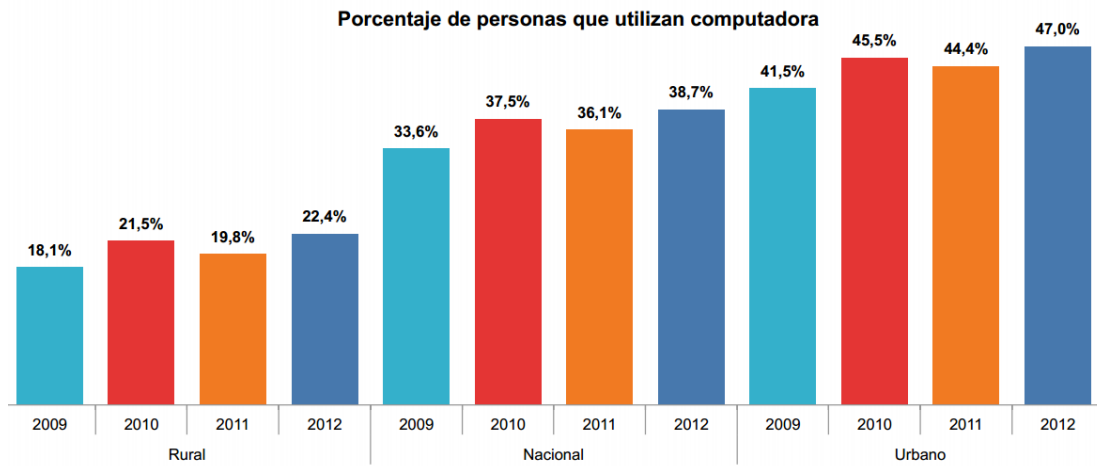


Fuente: (INEC, 2012, pág. 3)

El bajo acceso de los hogares a tecnologías informáticas reduce la participación en redes de transmisión de conocimiento y publicidad, por lo que se considera como una

limitación para actividades de difusión de las operaciones de las organizaciones. No obstante, es necesario señalar que existe mucho mayor acceso a las tecnologías en las zonas urbanas, como es el caso de Quito. Esto se puede verificar en el gráfico 9 que se presenta a continuación:

Gráfico 9. Utilización de computadora en zonas urbanas, rurales y a nivel nacional



Fuente: (INEC, 2012, pág. 3)

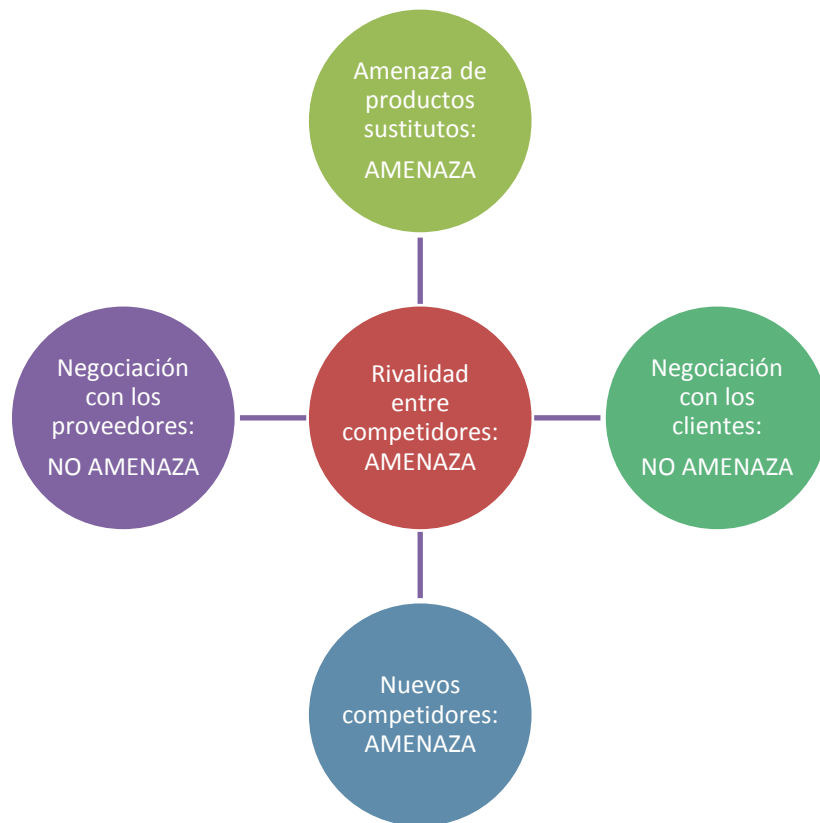
“La utilización de Internet en Ecuador se incrementó en 3,3 puntos con un 29% de ecuatorianos que utilizaron en 2010 frente al 25,7% del 2008” (INEC, 2012, pág. 1). Esto permite determinar que el aumento de acceso a tecnologías como internet es lento en el país.

La limitación en el acceso a tecnologías se considera como una amenaza para el desarrollo del proyecto.

2.2.2 Microentorno

El análisis del micro-entorno se describe por medio del análisis de las cinco fuerzas de Porter que se detalla a continuación:

Gráfico 10. Cinco fuerzas de Porter



Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

La determinación de estos elementos se detalla a continuación:

2.2.2.1 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

- Amenaza de entrada de nuevos competidores:

La industria de la salud estética se desarrolla en un mercado competitivo. A pesar de que existen barreras para la apertura de clínicas de salud estética tales como licencias y permisos, estas se centran en las condiciones tanto del lugar como de los profesionales a atender y no se puede hablar de un entorno de competencia monopolística o de oligopolio.

En el sentido expuesto, se considera como una amenaza la posibilidad de entrada de nuevos competidores al mercado.

- Rivalidad entre competidores:

En la actualidad, como se mencionó previamente, existen más de 40 profesionales dedicados a la medicina estética en la ciudad de Quito (SECPRE, 2013, págs. 2-3). Si se considera que en Quito hay 1,6 millones de personas en la zona urbana (INEC, 2010, pág. 1), esto implica que hay, aproximadamente, 2,5 cirujanos plásticos por cada 100.000 habitantes. Este número todavía es bajo en comparación con otras regiones como en Colombia donde hay más de 5 médicos de esta rama por cada 100.000 habitantes (Ángel, 2011, pág. 1).

Las diferencias más representativas entre los diversos servicios médicos se encuentran en el sector de la ciudad en el que se realizan y en el precio. En el sector sur de la ciudad, donde se planea realizar el proyecto, el número de clínicas estéticas es reducido en comparación con el sector norte o con los valles que rodean a Quito.

Por lo señalado, se puede determinar como una amenaza moderada la rivalidad existente entre los competidores que va a tener la clínica propuesta en el presente documento.

- Poder de negociación de los proveedores:

La cirugía estética no debe considerarse como una rama completamente diferenciada de otros tipos de cirugía. Es así que la mayoría de insumos para las actividades quirúrgicas estéticas son distribuidos con regularidad por una cantidad considerable de proveedores.

En casos como prótesis mamarias y otros insumos especializados, también existe una cantidad adecuada de proveedores, por lo que, no se considera como una amenaza el poder de negociación de los proveedores.

- Poder de negociación de los consumidores:

Los consumidores tienen un bajo nivel de negociación debido a que en este tipo de servicios los precios están establecidos.

Los elementos que participan en la determinación del precio de las cirugías, tales como calidad de los materiales, necesidad de anestesia, procedimientos ambulatorios, entre otros, hacen que se pueda aplicar una discriminación de precios de primer tipo, es decir, que se determine un precio particular de cada servicio para cada paciente.

Por lo señalado, el poder de negociación de los consumidores no es una amenaza para la operación de la clínica.

- Amenaza de productos sustitutos:

Se consideran como productos sustitutos a las intervenciones de cirugía plástica estética realizadas por personas no especializadas en dicha área y los productos estéticos no quirúrgicos tales como prótesis externas, prendas de vestir especiales, entre otras.

Los productos sustitutos mencionados pueden tener un costo menor al de una cirugía llevada a cabo por un especialista en la materia y, además, ser no invasivos (como en las prótesis o las prendas de vestir). Por eso se consideran a estos elementos como una amenaza para las operaciones de la clínica.

2.3 Factores Internos

Tras una evaluación previa, desarrollada con los posibles accionistas de la clínica a ser creada, se consideraron los siguientes factores internos de importancia que influyen en el desarrollo del proyecto:

- Factores positivos
 - Conocimiento médico especializado en el área de cirugía plástica estética.
 - Capacidad económica de los accionistas para la inversión.
 - Localización en una zona de alto nivel residencial.
 - Posibilidad de adquisición de equipos y materiales de buena calidad.
- Factores negativos
 - Desconocimiento de la demanda en el sector sur de la ciudad.
 - Clínica nueva, sin presencia de su imagen en el sector.

2.4 Matriz FODA

Con base en los factores analizados en los puntos anteriores, se determinan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto.

Gráfico 11. Matriz FODA del proyecto

	Factores internos	Factores externos
Elementos positivos	FORTALEZAS <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal médico capacitado y con reconocimiento 2. Capacidad económica 3. Localización 4. Equipos con tecnología de punta y materiales de buena calidad. 	OPORTUNIDADES <ol style="list-style-type: none"> 1. Adecuada situación política 2. Aceptación y capacidades de pago de la población 3. Facilidades para conseguir financiamiento 4. Clínica nueva
Elementos negativos	DEBILIDADES <ol style="list-style-type: none"> 1. Poco conocimiento de la demanda. 2. Poca experiencia administrativa. 3. Manejo hospitalario 	AMENAZAS <ol style="list-style-type: none"> 1. Productos sustitutos. 2. Competencia. 3. Ingreso de nuevos competidores.

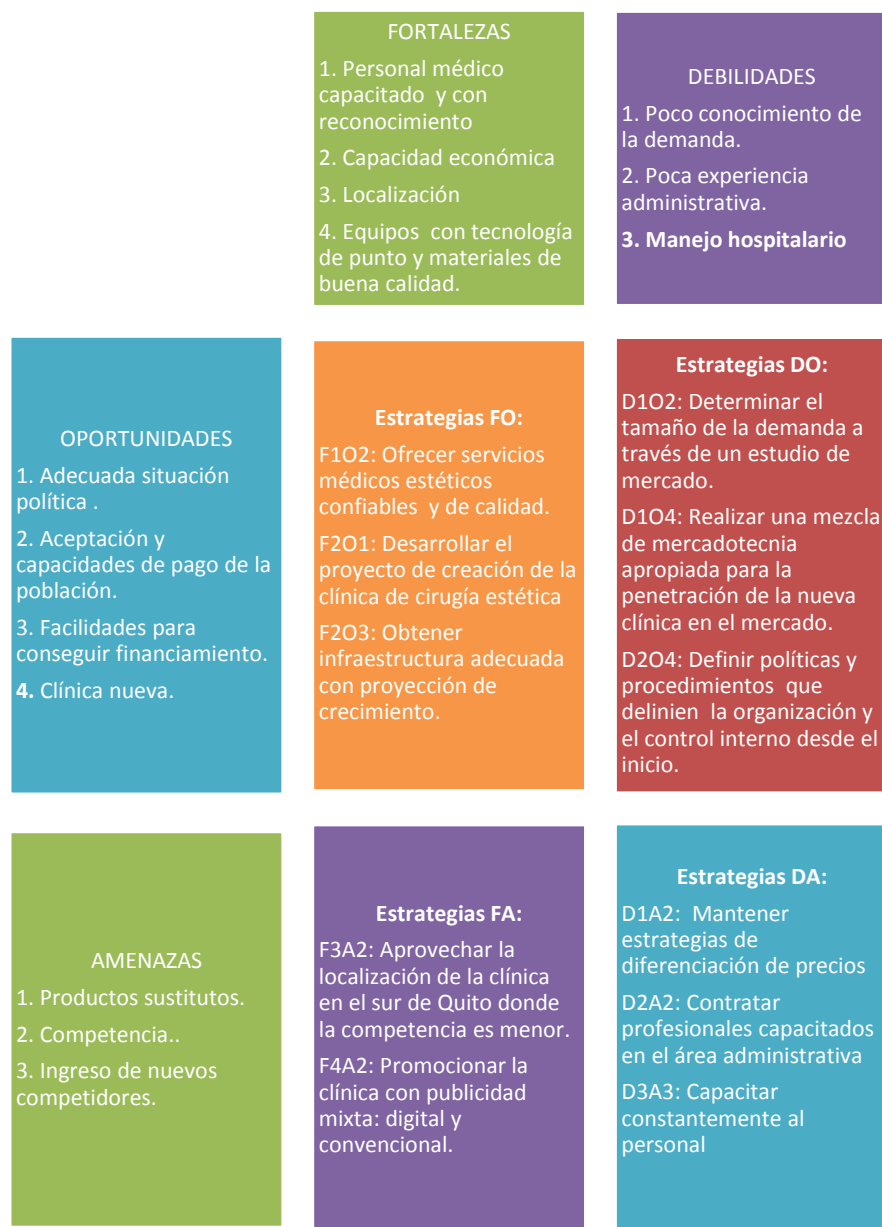
Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

Una vez determinadas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto, se procede a determinar las estrategias para

lograr los mejores resultados, utilizando las fortalezas y oportunidades para reducir los efectos de las amenazas y debilidades.

Gráfico 12. Matriz de estrategias DOFA del proyecto



Elaborado por: Angela Jaramillo

Fuente: investigación propia

Como conclusión general del presente capítulo, se ha verificado que existen condiciones adecuadas para la creación de una clínica de cirugía estética en el sector sur de la ciudad de Quito, por lo que se procede a realizar el estudio de mercado en el siguiente capítulo, según se establece como estrategia en la matriz pertinente.

Se concluye, así mismo, que se proceda a determinar la mezcla de mercadotecnia que permita señalar estrategias adecuadas para el posicionamiento de la clínica, tal como se indica como estrategia definida en el análisis FODA.

Finalmente, como conclusión adicional, se verifica que la localización seleccionada para el estudio del proyecto (sur de Quito) presenta ventajas para la reducción de amenazas determinadas por la investigación, por lo que se recomienda continuar con el estudio en el sector indicado.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Análisis de la oferta

Como se mencionó previamente en la presente investigación, en la ciudad de Quito existen aproximadamente 2,5 cirujanos plásticos estéticos por cada 100.000 habitantes que están afiliados a la Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética. No obstante, según se pudo verificar previamente, el sector sur de Quito cuenta con pocas clínicas de este tipo, razón por la cual el proyecto se ha considerado en esta área para evitar la amenaza derivada de la competencia que se estableció en la investigación.

Una de las clínicas más grandes en el sector de influencia del proyecto es la clínica Redux, ubicada en la Avenida Alonso de Angulo 127 y Cristóbal Tenorio, en el sector de la Villaflora y que es una franquicia de la clínica del mismo nombre que se encuentra en el sector norte. Entre otros, ofrece los siguientes servicios:

- Rinoplastia (nariz)
- Otoplastia (orejas)
- Lipo escultura
- Lipo de papada y cuello
- Reducción de senos
- Prótesis de senos
- Prótesis de glúteos

- Implantes de cabellos
- Abdominoplastia (estiramiento de abdomen)

La clínica cuenta con una página web para la promoción de sus servicios y se encuentra bien posicionada debido a su presencia en dos sectores de Quito y en otras ciudades del país. Los costos no se encuentran publicados en la página web.

En el sur de Quito también se encuentra la clínica de cirugía plástica estética del doctor Byron Vaca, ubicada en la calle Hualcopo y Avenida de los Libertadores. Ofrece servicios de:

- Liposucción
- Reducción de abdomen
- Aumento y reducción de senos
- Otoplastia (reconstrucción de oídos)
- Nariz (Rinoplastia)
- Cuello (Peeling)
- Estiramiento Facial
- Aplicación de Botox
- Ginecomastia
- Glúteos
- Embellecimiento íntimo

La clínica analizada ofrece sus servicios a través de una página web y no tiene publicadas sus tarifas.

Si se considera que aproximadamente el 50% de la población de Quito radica en el sector sur (Moncayo, 2004, pág. 1), se puede concluir que la oferta de servicios de salud estética no se encuentra plenamente desarrollada y es posible realizar acciones de marketing para lograr un rápido y eficaz posicionamiento de la clínica en la zona de operación.

3.2 Análisis de la demanda

Con la finalidad de comprender las preferencias y características de la demanda de los servicios de salud estética en el sector donde se plantea desarrollar el proyecto, se llevó a cabo un estudio que se describe en los siguientes puntos:

3.2.1 Consideraciones metodológicas

Por el alcance de la investigación desarrollada, se trata de un estudio descriptivo ya que su objeto es llegar a una comprensión cabal del problema, identificar las variables más importantes y narrar la situación (Bernal, 2006, pág. 112). La investigación de mercado está orientada a decisiones, pues ofrece criterios para determinar las estrategias de mercadotecnia a seguir.

Se aplicó una metodología inductiva. Este método, como lo define César Augusto Bernal (2006), consiste en obtener “conclusiones generales que parten de hechos particulares” (pág. 56), este método se utilizó en el proceso de análisis situacional de la realidad que, a partir de hechos particulares recopilados por medio de las técnicas y herramientas, determinó conclusiones generales tanto de la investigación como del análisis de factibilidad.

De manera adicional, se utilizó un método deductivo que propone “tomar conclusiones generales para explicaciones particulares” (Bernal, 2006). En este sentido, se aplicaron criterios generales aceptados ampliamente (como las técnicas de recopilación de datos o la estadística descriptiva, por ejemplo) para su aplicación en el análisis particular del trabajo realizado.

Finalmente, se consideró una metodología cualitativa – cuantitativa. En palabras de César Augusto Bernal (2006), el objetivo del método cualitativo es describir el fenómeno que se estudia a partir de sus características determinantes, mientras que el método cuantitativo se basa en análisis de datos numéricos (pág. 56). Este tipo de método combinado se utilizó en la recopilación, tabulación y análisis de la información brindada por las personas entrevistadas y otras técnicas implementadas.

Las principales herramientas utilizadas durante la investigación fueron:

- **Encuesta cerrada:** que sirvió como base para entender la percepción de las personas acerca de la cirugía plástica estética y determinar elementos para el análisis del tamaño de la demanda de la Clínica propuesta. La encuesta se realizó mediante el uso de un cuestionario de encuesta cuyo modelo se presenta en el anexo 1.
- **Entrevista semiestructurada:** Se la realizó a los médicos interesados en la inversión para la creación de la clínica con el objetivo de tener una idea integral del proyecto, conocer las actividades involucradas en el área de servicios y lo relacionado al comportamiento de la oferta y la demanda de la industria de la salud. Para la aplicación de la técnica de la entrevista semiestructurada, se utilizó una guía de entrevista que se propone en el anexo 2.
- **Investigación bibliográfica y documental:** consulta de los documentos y contenidos bibliográficos necesarios para su posterior recopilación, organización y uso dentro del trabajo de investigación y que sirven como fundamentación para sus resultados. Todas las fuentes están citadas adecuadamente para su contrastación por parte del lector y el reconocimiento de la autoría intelectual de dichas fuentes.
- **Observación directa:** de clínicas similares a la propuesta y del área de influencia del proyecto.

Por lo señalado, las fuentes primarias de la investigación son las personas encuestadas, los comentarios de los entrevistados, datos estadísticos oficiales y normativa vigente. Las fuentes secundarias, por su parte, constituyen las fuentes bibliográficas y documentales, además de informes que se relacionen con los temas de análisis de proyectos, administración, entre otros vinculados con el tema de investigación.

3.2.1.1 Población y muestra

Con el fin de aplicar la técnica de la encuesta en el área de influencia del proyecto, se procedió a determinar el tamaño de la población. Para esto, se han considerado diversos factores de segmentación:

- **Localización**

El área donde se realizará el proyecto está ubicada en el sector sur de la ciudad de Quito que cuenta, aproximadamente, con 800.000 habitantes (Moncayo, 2004, pág. 1).

- **Edad:**

Se considerarán las edades comprendidas entre 18 y 65 años. En la ciudad de Quito, en el último censo desarrollado por INEC (2010, pág. 1), se determinó que un

60,8% de la población se encuentra en la edad determinada para el estudio.

- Nivel socioeconómico:

El mercado objetivo de la clínica está dirigido a un público de clase media, media alta y alta. Según INEC (2012, pág. 1), se determinó que un 35,9% de los ciudadanos en zonas urbanas se encuentran en estos niveles.

Con los datos presentados, se concluye que la población de estudio es de:

$$800.000 * 0,608 * 0,359 = 174.618 \text{ personas.}$$

Debido a la amplitud de la población determinada, se optó por la selección de una muestra representativa estadísticamente. Para el cálculo del tamaño, se aplica la fórmula de determinación de muestras probabilísticas (Anderson, Sweeney, & Williams, 2012, pág. 325):

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Donde:

n es el tamaño de la muestra a obtener.

k es la constante del nivel de confianza. Para este estudio, se establece un valor de 1,64 (que corresponde a un nivel de confianza de 90%). Se elige este valor porque se desconoce la homogeneidad de la población y se busca obtener un resultado acertado.

p y q tienen el valor de 0,5 cada una.

N es el tamaño de la población que asciende a 174.618

e es el error muestral aceptado. Para el presente estudio se ha establecido en 6% (0,06).

Al aplicar la fórmula con los datos señalados se obtiene:

$$n = \frac{1,64^2 * 0,5 * 0,5 * 174.618}{(0,06^2 * (174.618 - 1)) + 1,64^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 187$$

Es decir que se aplicaron 187 encuestas en el sector sur de Quito para determinar las características de la demanda de servicios de cirugía plástica estética entre la población definida previamente.

3.2.2 Resultados de las técnicas implementadas

Los datos recopilados se clasificaron, tabularon y organizaron a través de tablas de frecuencias absolutas y gráficos de frecuencias porcentuales con el fin de hacer claros los resultados. Con respecto a los datos continuos (que pueden tomar cualquier valor numérico), se procedió a realizar un análisis de la media y desviación estándar, además de los histogramas respectivos. La tabulación y análisis que se han descrito previamente, se realizaron por medio de software de hoja de cálculo y de estadística.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas, por pregunta:

Género

La encuesta realizada a la muestra de 187 personas dio como resultado la tabla de frecuencia absoluta que se expone enseguida.

Tabla 4. Frecuencia absoluta - Género

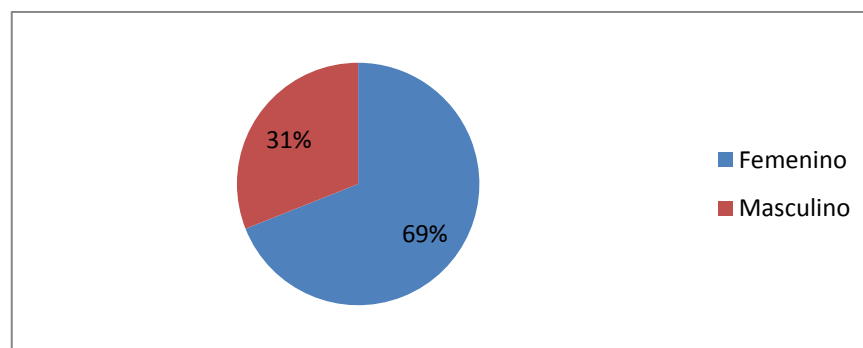
Respuestas	Frecuencia Absoluta
Femenino	129
Masculino	58
Total	187

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

La mayoría de personas encuestadas fueron del sexo femenino, pues en general es este género el que tiene mayor interés en las cirugías plástica estética. A continuación el gráfico porcentual:

Gráfico 13. Frecuencia porcentual – Género



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Edad

Para los fines del presente trabajo de investigación, por facilidad y mejor análisis de los datos recopilados, se decidió dividir la elección de la edad en cuatro grupos generales, entre 18 a 25 años, de 26 a 35 años, de 36 a 45 años y de 46 a 65 años. Teniendo esto en cuenta los resultados fueron:

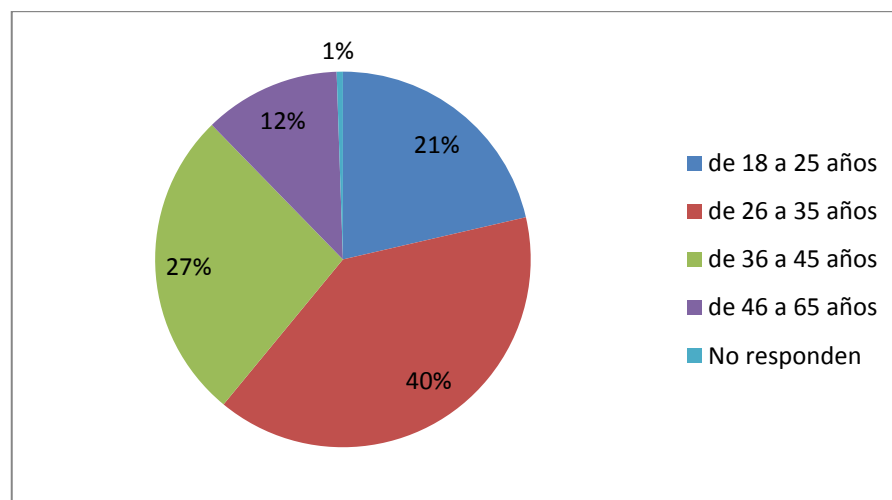
Tabla 5. Frecuencia absoluta – Edad

Respuestas	Frecuencia Absoluta
18 a 25 años	40
26 a 35 años	74
36 a 45 años	50
46 a 65 años	22
No respondieron	1
Total	187

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 14. Frecuencia porcentual – Edad



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Los resultados que se obtuvieron demuestran que la mayoría de las personas encuestadas tenían una edad que varía entre los 26 a 35 años, existe casi igual número de personas que tenían edades de los rangos de 18 a 25 años y de 36 a 45 años. Únicamente una persona no respondió a su edad, tal vez pasó por alto la pregunta o tuvo vergüenza de responder.

Pregunta número 1: ¿Se siente usted satisfecho o satisfecha con su imagen personal?

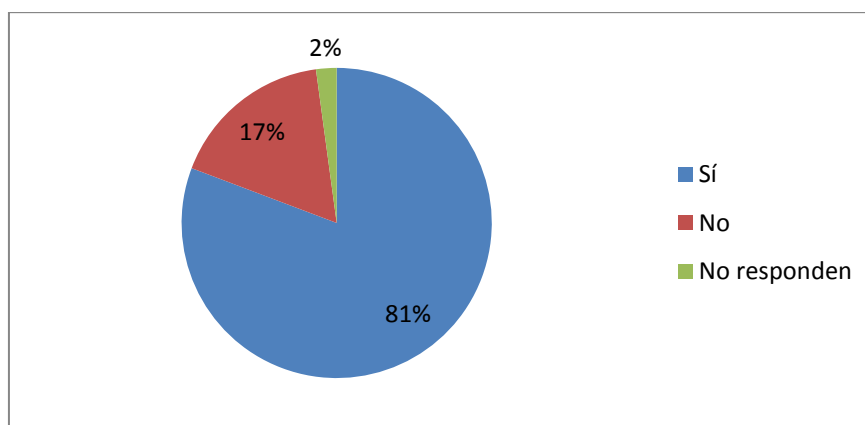
Los resultados obtenidos tras la tabulación son los siguientes:

Tabla 6. Frecuencia absoluta - Pregunta número uno

Respuesta	Frecuencia absoluta
Sí	151
No	32
No respondieron	4
Total	187

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 15. Frecuencia porcentual - Pregunta número uno



Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

La mayoría de las personas estuvieron de acuerdo con que se sienten bien con su apariencia física, aunque casi una quinta parte de los encuestados estuvieron de acuerdo con lo contrario, significando un alto número de candidatos a los que les interesaría utilizar los servicios de una clínica de cirugía plástica estética; el pequeño porcentaje que no respondieron se pudieron deber a dudas o vergüenza a responder.

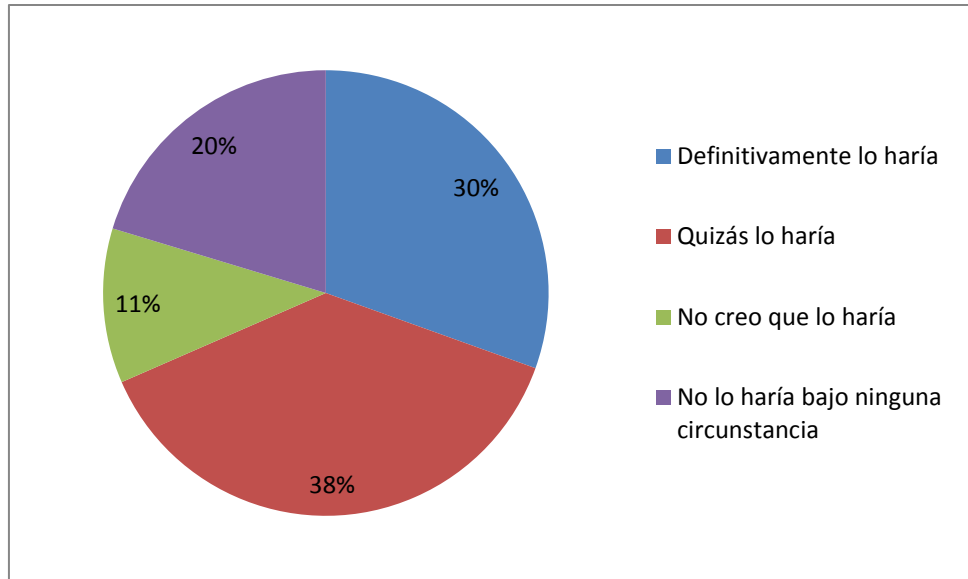
Pregunta número 2: ¿Qué piensa usted acerca de acudir a una cirugía plástica estética?

Los resultados de la tabulación son los siguientes:

Tabla 7. Frecuencia absoluta - Pregunta número dos

Respuestas	FA
Definitivamente lo haría	57
Quizás lo haría	71
No creo que lo haría	21
No lo haría bajo ninguna circunstancia	38
Total	187

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 16. Frecuencia porcentual - Pregunta número dos

Fuente: tabulación de encuestas
 Elaborado por: Angela Jaramillo

En esta pregunta se estableció un punto de inflexión, ya que con la elección de la cuarta opción (No lo haría bajo ninguna circunstancia) se les pidió a los encuestados detenerse y entregar la encuesta hasta ahí. De manera que las siguientes respuestas fueran de personas que tengan al menos un mínimo interés en el tema. El número de personas que eligieron la cuarta opción fue de 38 personas, cortando la muestra a tan solo 149; cabe recalcar que es un porcentaje bastante alto el de personas que no lo harían, aunque no significativo para desistir en la creación de una clínica de este tipo.

A partir de esta pregunta la tabulación de los datos se los realizó tomando como muestra universal 149.

Pregunta número tres: ¿Considera usted que es importante para una persona ser atractiva físicamente (a nivel personal, laboral, social, etc.)?

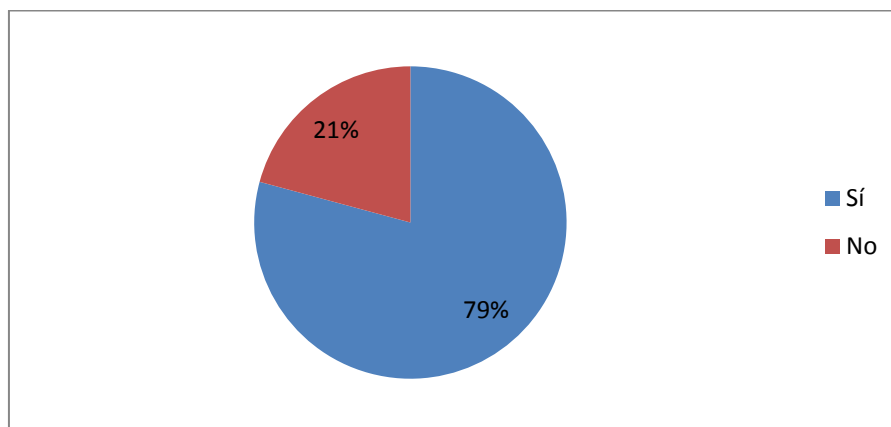
Los resultados son los siguientes:

Tabla 8. Frecuencia absoluta - Pregunta número tres

Respuesta	FA
Sí	118
No	31
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 17. Frecuencia porcentual - Pregunta número tres



Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Con una mayoría casi absoluta, las personas coincidieron en que sí resulta de importancia la apariencia física para las diferentes actividades que deban realizar. Esto representa un punto importante que puede servir a la promoción de los servicios que se ofrecerán en la clínica.

Pregunta número 4: ¿Cuál de las siguientes causas considera usted como limitación para usar la cirugía plástica estética?

En esta pregunta los encuestados podían elegir varias opciones, y los resultados fueron los siguientes:

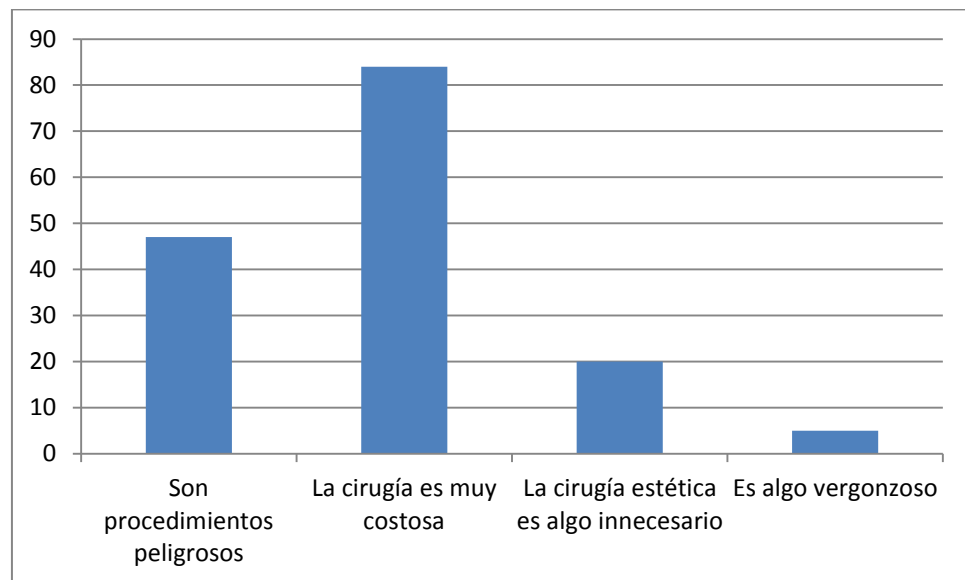
Tabla 9. Frecuencia absoluta - pregunta número cuatro

Respuestas	FA
Son procedimientos peligrosos	47
La cirugía es muy costosa	84
La cirugía estética es algo innecesario	20
Es algo vergonzoso	5

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 18. Frecuencia pregunta número cuatro



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

La tabulación expuso que las dos causas que la mayoría de personas ponen para no realizarse una operación plástica estética son el peligro

de los procedimientos y los altos costos que estos conllevan. Con una alta frecuencia también está el pensamiento de que una cirugía estética es innecesaria aunque no es relevante para los propósitos del presente estudio.

Pregunta número cinco: ¿Conoce usted alguna clínica de cirugía plástica estética que se encuentre en el sur de Quito?

Los resultados fueron los que a continuación se presentan.

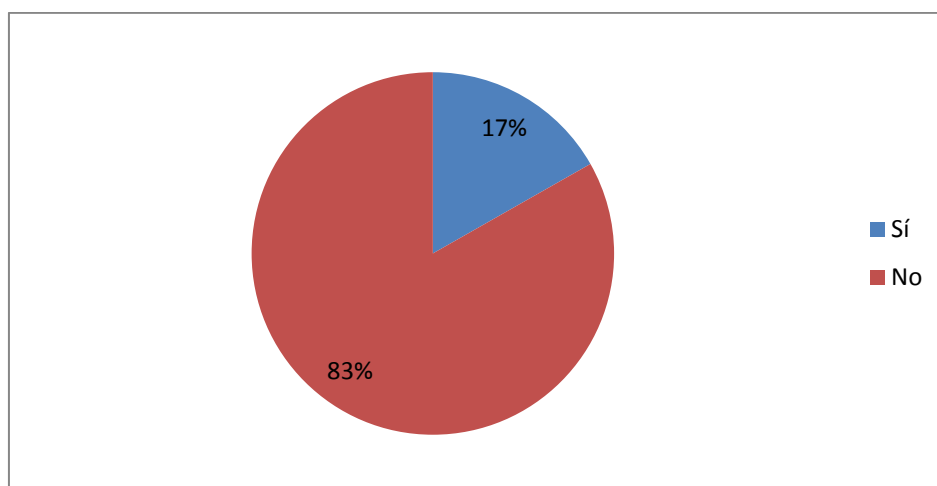
Tabla 10. Frecuencia absoluta - Pregunta número cinco

Respuesta	FA
Sí	25
No	124
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 19. Frecuencia porcentual - Pregunta número cinco



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Más del 80% de las personas no conocen ninguna clínica de cirugía plástica estética ubicada en el sector sur de Quito, esto resulta de gran ayuda en la creación de una, ya que puede ser la primera en conocerse de manera masiva, obteniendo así un gran mercado.

Pregunta número seis: ¿Ha asistido o asistiría a una clínica en el sector sur de Quito?

Esta pregunta se la restringió únicamente a los que respondieron positivamente la pregunta número cinco, es decir, solo se le pidió a las personas cuya respuesta a la quinta fue sí, responder esta pregunta, por tanto, la muestra total para el análisis de esta pregunta será el de personas que afirmaron el conocer una clínica de cirugía estética plástica en el sector sur de Quito, que en total fueron nueve personas.

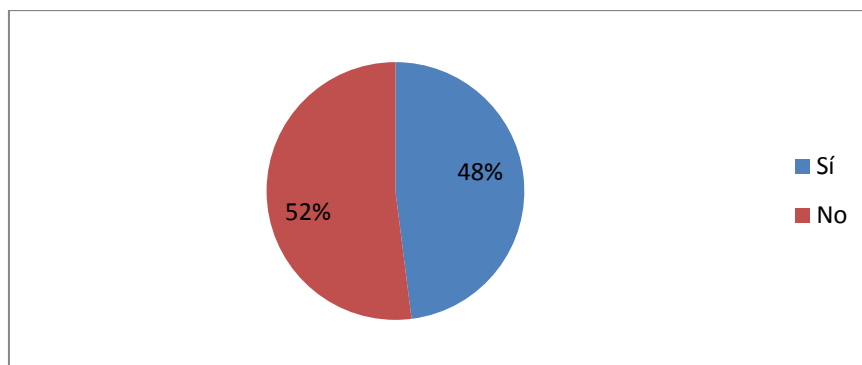
Tabla 11. Frecuencia absoluta – Pregunta número seis

Respuestas	FA
Sí	12
No	13
Total	25

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 20. Frecuencia porcentual - Pregunta número seis



Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Los resultados obtenidos demuestran que al menos dos partes de las personas que conocen de alguna clínica de cirugía plástica estética ubicada en el sector sur de Quito no han asistido o no asistiría a ninguna de ellas. Esto puede deberse a que las clínicas existentes no representan una confianza, calidad de servicio o cantidad de productos, es así que al establecer una nueva clínica de este tipo se pueden tomar ventajas partiendo de este conocimiento, es decir, generando una mejor imagen que represente la posibilidad de los clientes a depositar su confianza, además de ofrecer los productos que los consumidores desean.

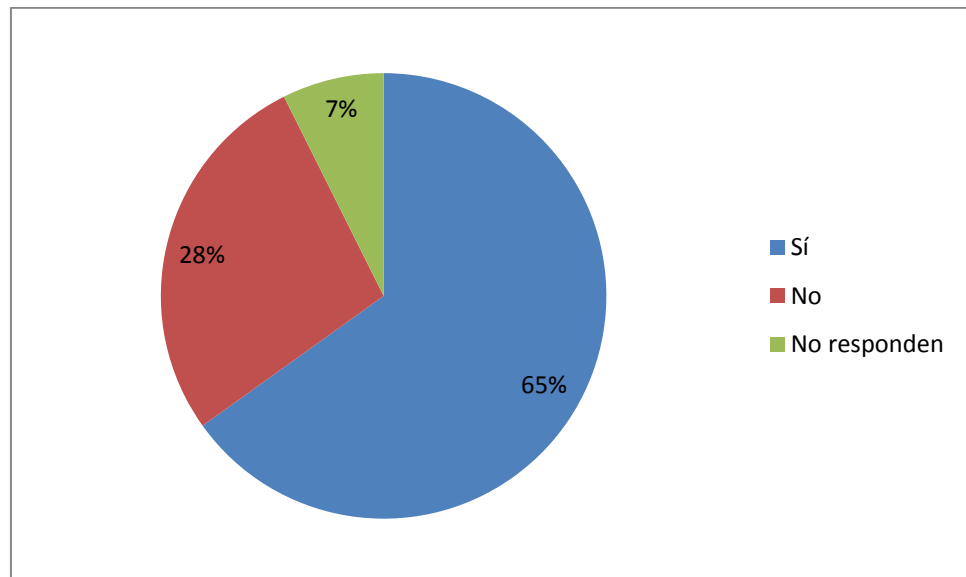
Pregunta número siete: ¿Asistiría a una nueva clínica a abrirse en el sector sur de Quito?

A partir de esta pregunta la muestra vuelve a ser 149, ya que a todos los que pasaron el filtro de la pregunta número cinco se les pidieron responder. La tabulación y el análisis de los datos recolectados quedaron de la siguiente manera:

Tabla 12. Frecuencia absoluta - Pregunta número siete

Respuestas	FA
Sí	97
No	41
No respondieron	11
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
 Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 21. Frecuencia porcentual - Pregunta número siete

Fuente: tabulación de encuestas
 Elaborado por: Angela Jaramillo

Existió un número bajo de personas que decidieron obviar esta pregunta, la razón pudo deberse a falta de tiempo, duda o falta de atención, pero su frecuencia es tan baja que no representa ninguna afectación a los resultados. El número de personas que asistirían es bastante más alto que el de las personas que no lo harían. En las encuestas, en esta pregunta había un renglón en donde el encuestado

podía poner el porqué de su respuesta, y la razón que prevaleció de las personas cuya decisión fue la de no asistir a una clínica nueva fue el miedo a la falta de experiencia y desconfianza. Tema que se puede superar con el tiempo, ya que esto sucede con cualquier tipo de negocio nuevo.

Pregunta número ocho: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto o dispuesta a pagar por tener un cambio físico que usted desee, de un día para otro?

Esta pregunta se la dividió de acuerdo a los diferentes procedimientos que se ofrecerán en la clínica que se desea implementar.

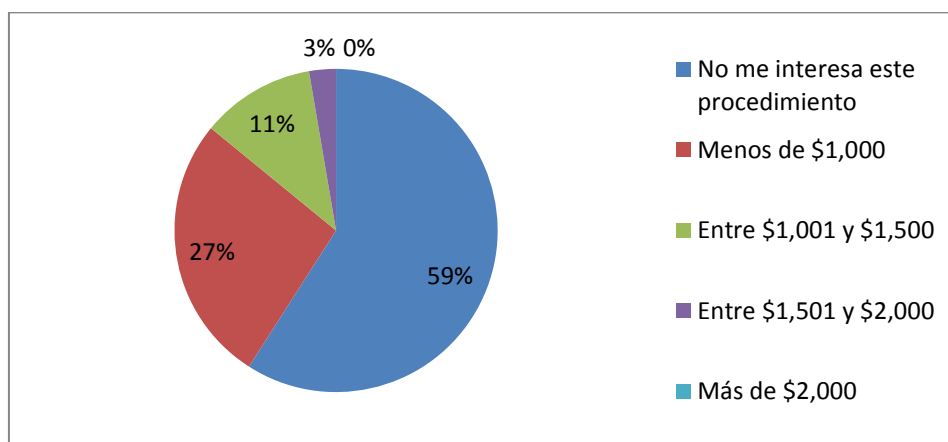
Primera opción: Cirugía de nariz

Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

Tabla 13. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho – Cirugía de nariz

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	88
Menos de \$1,000	40
Entre \$1,001 y \$1,500	17
Entre \$1,501 y \$2,000	4
Más de \$2,000	0
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 22. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción uno

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Algo más de la mitad de las personas encuestadas, resolvieron que no les interesaba este tipo de procedimiento, y a los que sí les interesa decidieron que no pagarían más de \$1000 por este tipo de procedimiento. Siendo realmente baja la aceptación de precios mayores no resulta conveniente el plantearlos.

Segunda opción: Extracción de grasa (liposucción)

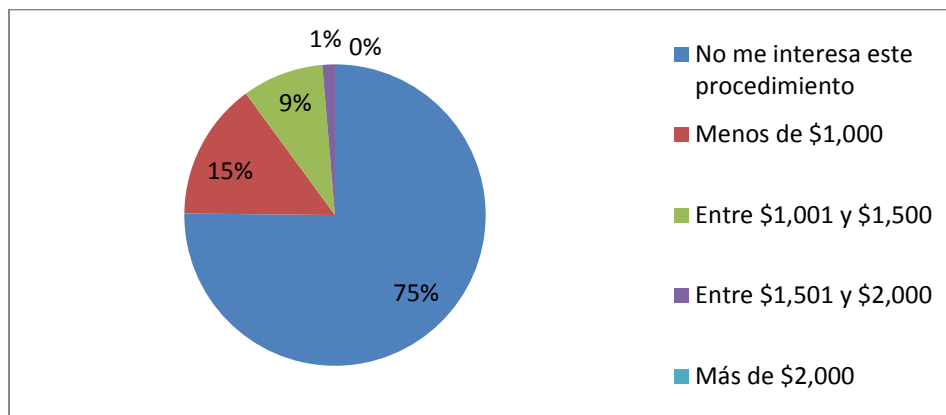
Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

Tabla 14. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho - Liposucción

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	112
Menos de \$1,000	22
Entre \$1,001 y \$1,500	13
Entre \$1,501 y \$2,000	2
Más de \$2,000	0
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 23. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción dos



Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Al igual que con el anterior procedimiento, la mayoría de las personas no poseen un interés a este servicio, y el 15% de no pagaría más de \$1000 por recibir este servicio. Cobrar más de \$2000 acortaría ampliamente el mercado y posibles clientes, pues la encuesta demostró que pocos pagarían esta intervención.

Tercera opción: Reubicación de grasa y estilización de la figura (lipoescultura)

Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

Tabla 15. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho - Opción tres

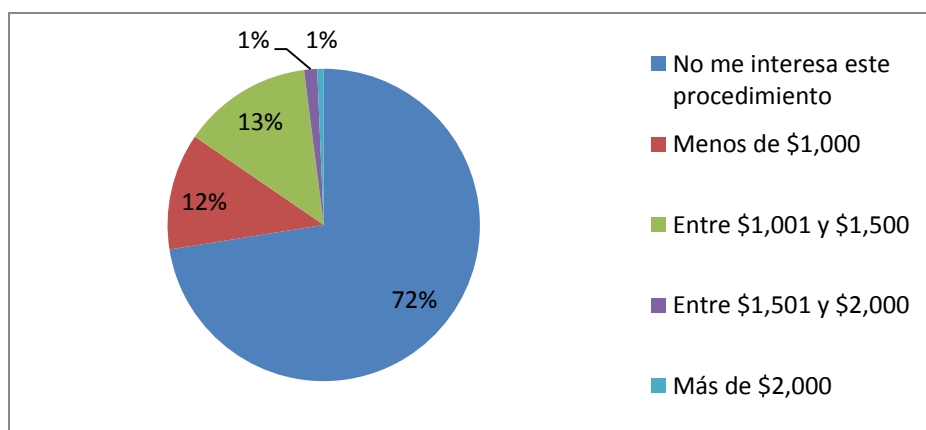
Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	108
Menos de \$1,000	18

Entre \$1,001 y \$1,500	20
Entre \$1,501 y \$2,000	2
Más de \$2,000	1
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 24. Frecuencia porcentual - Pregunta número ocho - Opción tres



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

El tratamiento de la información recopilada de las encuestas mediante la tabulación de esta en hojas de cálculo evidenció que la gran mayoría de las personas no les interesa este tipo de cirugía estética, además la siguiente porción grande de la muestra que fue de 16,3% expresaron que no pagarían más de \$1000 por este servicio, es de esta manera que no resulta en un producto que de mucha rentabilidad, aunque el tenerlo otorga un listado más extenso de productos que sirven a mejorar la imagen y a acatar el interés de los posibles clientes.

Cuarta opción: Aumento o levantamiento de busto (mamoplastia o pexia mamaria)

Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

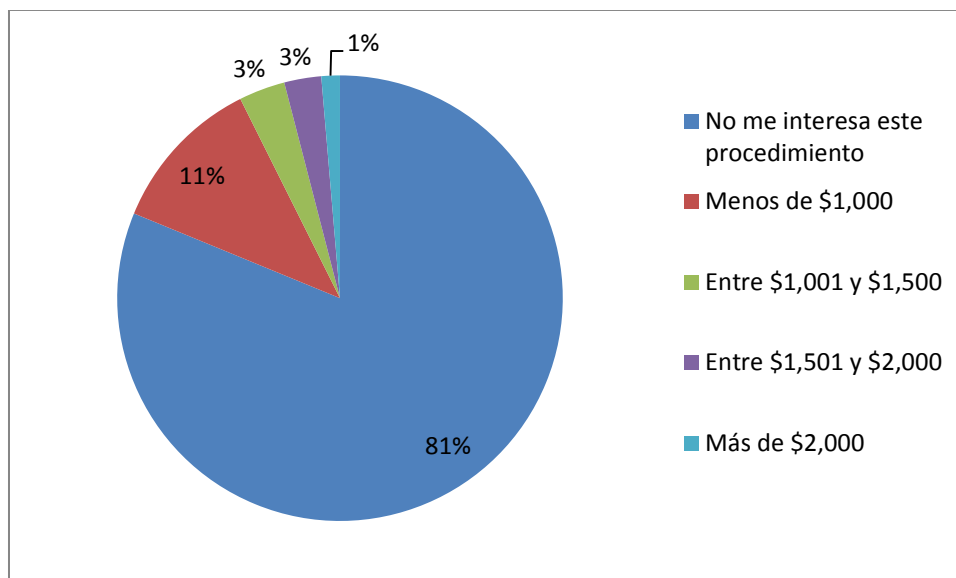
Tabla 16. Frecuencia absoluta – Pregunta ocho – Opción cuatro

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	121
Menos de \$1,000	17
Entre \$1,001 y \$1,500	5
Entre \$1,501 y \$2,000	4
Más de \$2,000	2
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 25. Frecuencia porcentual - Pregunta número ocho - Opción cuatro



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Los resultados obtenidos demuestran la tendencia que se ha venido dando en lo que va de las opciones de la pregunta número ocho, la que es que la mayoría de personas tengan desinterés en el producto. De las personas

que si están interesadas en este procedimiento, la mayoría afirma que no pagarían más de \$1000 por este servicio.

Quinta opción: Extracción de grasa de la papada (liposucción de papada)

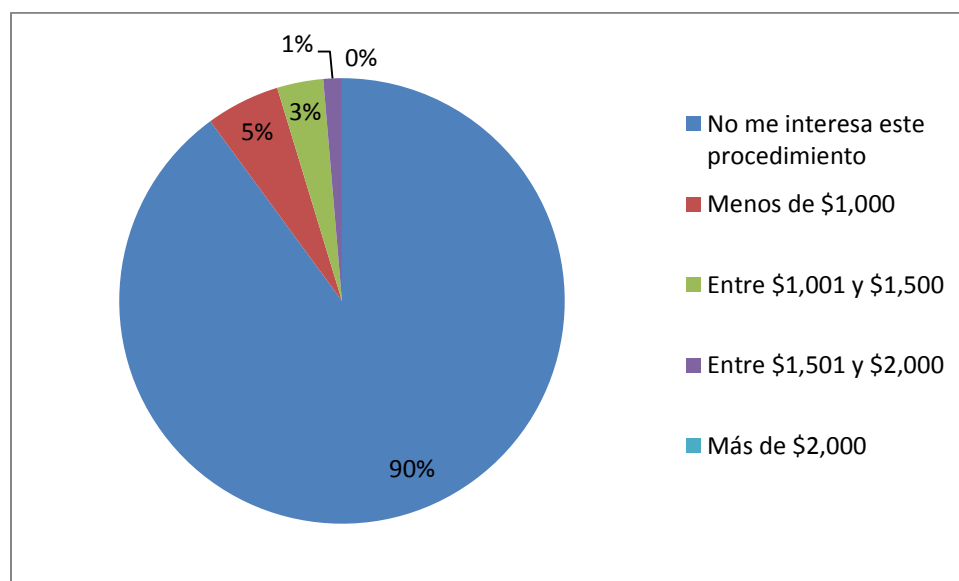
Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

Tabla 17. Frecuencia absoluta - Pregunta ocho – Liposucción papada

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	134
Menos de \$1,000	8
Entre \$1,001 y \$1,500	5
Entre \$1,501 y \$2,000	2
Más de \$2,000	0
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 26. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción cinco



Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Al igual que con los procedimientos anteriores la mayoría de personas muestran desinterés en el procedimiento, aunque en este caso hay un aumento considerable que asciende a 90%. Esto se puede entender como el producto que menos interés tienes, es decir, aunque sería positivo el tenerlo en la lista de productos, no representaría un producto que se venda constantemente o al menos no como los demás. También existe la preferencia por tener que pagar menos de \$1000 por este procedimiento.

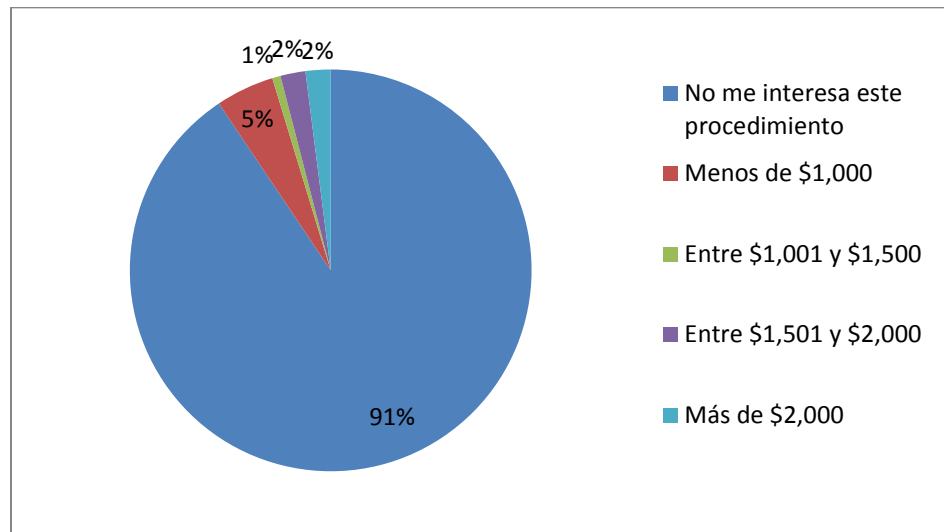
Sexta opción: Implantes de cabello (implante capilar)

Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

Tabla 18. Frecuencia absoluta - Pregunta número ocho – Implante capilar

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	135
Menos de \$1,000	7
Entre \$1,001 y \$1,500	1
Entre \$1,501 y \$2,000	3
Más de \$2,000	3
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 27. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción seis

Fuente: tabulación de encuestas
 Elaborado por: Angela Jaramillo

El tratamiento de la información resultó en que el desinterés de este procedimiento fue mayor que el del procedimiento anterior, esto puede deberse a que la mayoría de personas que acceden o necesitan de este tipo de cirugía son en su mayoría hombres, y la mayoría de las personas encuestadas eran del sexo femenino. Se evidencia que un importante número de personas que solicitarían este producto pagarían un precio de \$1.501 a \$2000 y en misma cantidad más de \$2000, esto quiere decir que es un producto con un precio percibido importante. Aunque en este producto la mayoría expresó igualmente el no pagar más de \$1000 por el procedimiento.

Séptima opción: Estiramiento de cuatro párpados (blefaroplastia)

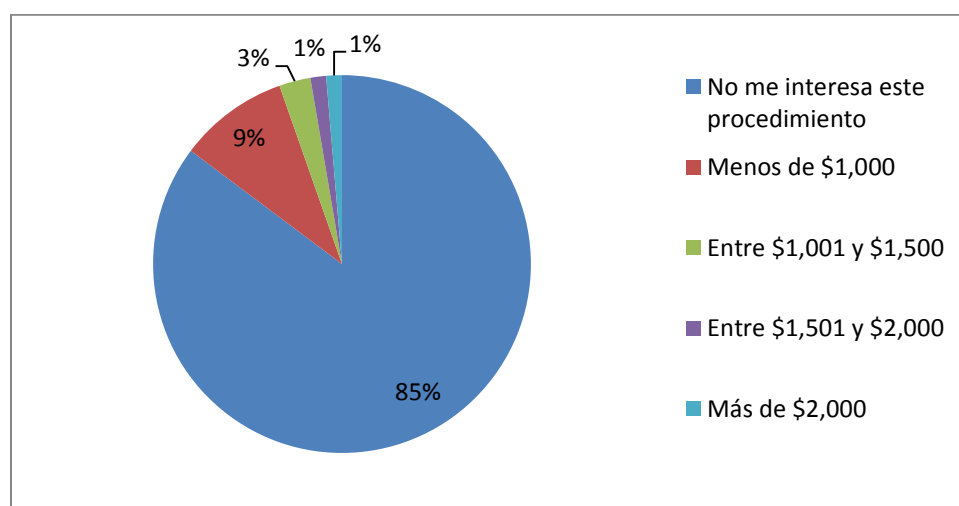
Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

Tabla 19. Frecuencia absoluta- Pregunta número ocho - Opción siete

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	127
Menos de \$1,000	14
Entre \$1,001 y \$1,500	4
Entre \$1,501 y \$2,000	2
Más de \$2,000	2
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 28. Frecuencia porcentual - Pregunta ocho - Opción siete

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

El gran desinterés de este procedimiento puede deberse a su falta de popularidad, en todo caso, lo cierto es que no representará un producto muy apetecible y bien pagado, aunque puede ayudar en aumentar la lista de productos, que mejora la imagen de la clínica.

Octava opción: Estiramiento facial (lifting facial)

Los resultados que se obtuvieron a esta pregunta fueron los siguientes:

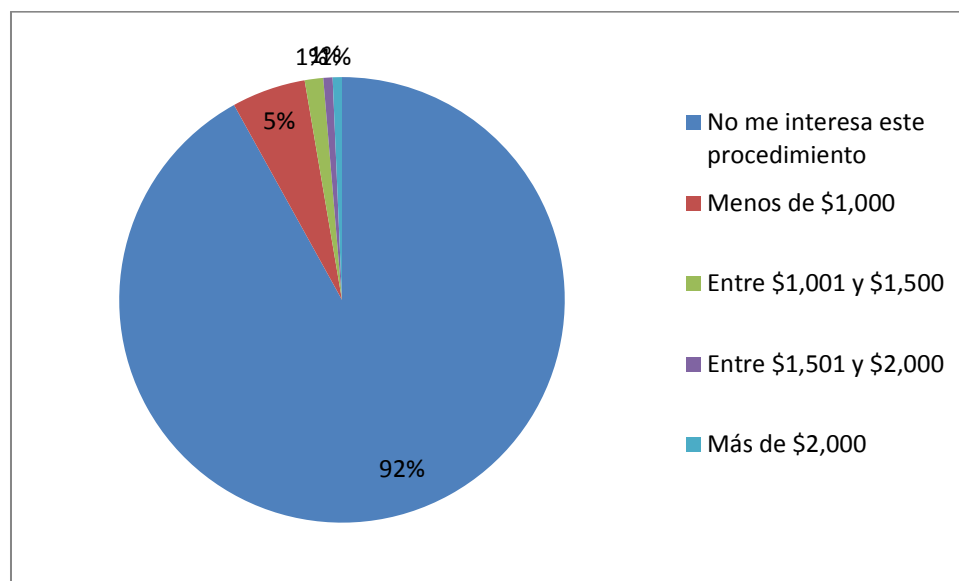
Tabla 20. Frecuencia absoluta - Pregunta ocho – Lifting facial

Respuestas	FA
No me interesa este procedimiento	137
Menos de \$2,000	8
Entre \$2,001 y \$2,500	2
Entre \$2,501 y \$3,000	1
Más de \$3,000	1
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 29. Frecuencia absoluta - Pregunta ocho - Opción ocho



Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

El gran desinterés por este procedimiento demostrado a través de la tabulación de las encuestas, se puede explicar mediante el producto en sí, que está principalmente dirigido a personas de avanzada edad con gran

cantidad de arrugas, es por ello que la mayoría de personas que no tienen este problema, personas que respondieron las encuestas, no tienen interés por ello. Una mejora que se puede observar es la aceptación de valores más altos a pagar por el producto.

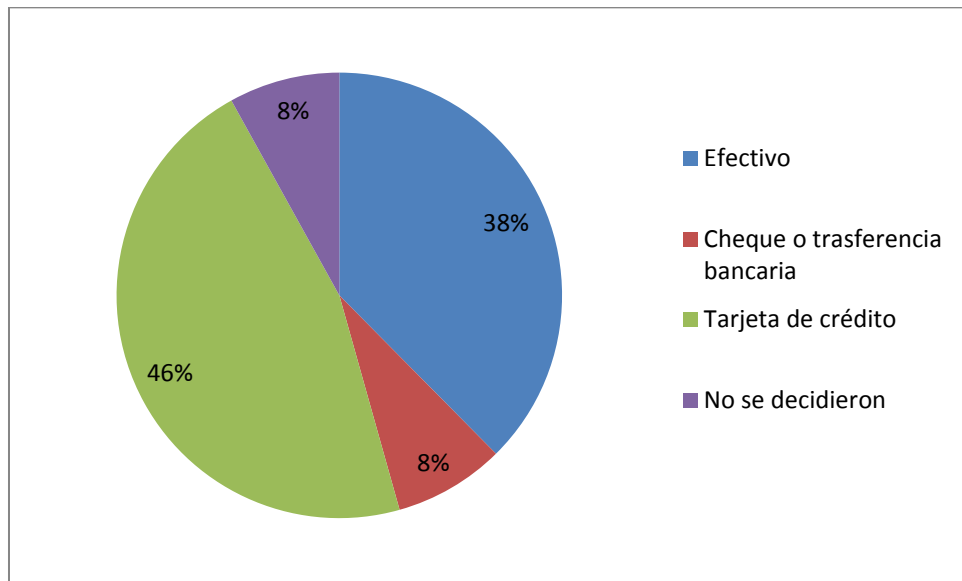
Pregunta número nueve: En caso de decidirse a uno de los tratamientos mencionados, ¿cuál sería la forma de pago?

En esta pregunta las personas podían elegir una de tres opciones, efectivo, cheque o transferencia bancaria; o tarjeta de crédito. Los resultados fueron los siguientes:

Tabla 21. Frecuencia absoluta - Pregunta número nueve

Respuestas	FA
Efectivo	56
Cheque o transferencia bancaria	12
Tarjeta de crédito	69
No se decidieron	12
Total	149

Fuente: tabulación de encuestas
Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 30. Frecuencia porcentual - Pregunta número nueve

Fuente: tabulación de encuestas
 Elaborado por: Angela Jaramillo

Lo que se obtuvo de esta pregunta fue en primer lugar, conocer que las formas de pago preferidas por el público son en efectivo y tarjeta de crédito, pero con un poco de preferencia mayor por la tarjeta de crédito. El pago con cheque o transferencia bancaria también es de preferencia.

Pregunta número diez: ¿Por qué medio preferiría recibir información sobre cirugía plástica estética, precios, promociones?

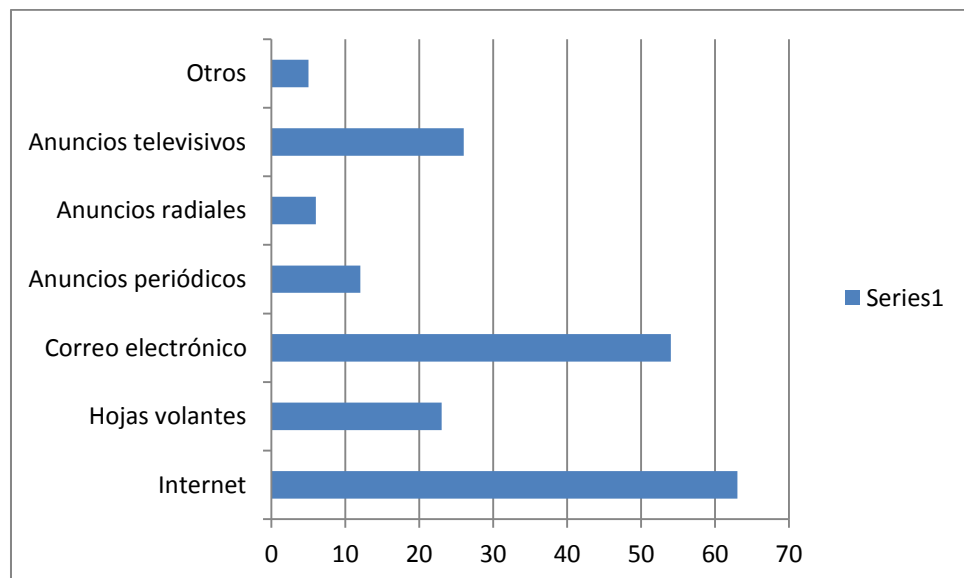
Esta pregunta fue de múltiple opción, es decir, los encuestados tenían la oportunidad de elegir más de una opción de las planteadas, por tal motivo, no se hizo un gráfico porcentual sino un gráfico de frecuencia absoluta. A continuación los resultados:

Tabla 22. Frecuencia absoluta - Pregunta número diez

Respuestas	FA
Internet	63
Hojas volantes	23
Correo electrónico	54
Anuncios periódicos	12
Anuncios radiales	6
Anuncios televisivos	26
Otros	5

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gráfico 31. Frecuencia absoluta - Pregunta número diez

Fuente: tabulación de encuestas

Elaborado por: Angela Jaramillo

Los resultados obtenidos demuestran que las personas prefieren enterarse de la apertura de una clínica de cirugía estética plástica por medio de publicidad en internet (incluido en redes sociales) y a través de correos electrónicos. Muy de cerca está el conocer esta noticia mediante anuncios televisivos y hojas volantes. Esta información establece ciertas pautas que direccionarán el trabajo publicitario de la nueva clínica a crearse.

Entrevista

Una entrevista, en el nivel más general del término, es “Vista, concurrencia y conferencia de dos o más personas en lugar determinado, para tratar o resolver un negocio” (RAE, 2010); no obstante, dentro del ámbito de la investigación científica, la entrevista es un instrumento de recopilación de información, especialmente de tipo cualitativo (aunque también puede ser de tipo cuantitativo), en el que el investigador plantea una serie de preguntas a una persona acerca del tema investigado. Estas entrevistas pueden ser estructuradas (cuando se tienen el conjunto de preguntas de manera anticipada), no estructuradas (se pregunta según el criterio del investigador y conforme se desarrolla la entrevista), o semiestructuradas (algunas preguntas están planteadas con anticipación y otras se improvisan de acuerdo al criterio del investigador) (Bernal, 2006, pág. 176).

Resultó de gran relevancia para la elaboración del presente trabajo de investigación contar con una entrevista a una persona experta en el tema, es por ello que a continuación se expone la entrevista realizada al Doctor René Iván Enríquez Navarro el día 3 de septiembre de 2014.

1. ¿Cree usted que la industria de la cirugía plástica estética pasa un buen momento en la ciudad de Quito?

Creo y estoy seguro que la industria de la cirugía plástica estética pasa por un excelente momento en Quito Ecuador y todo el mundo, con un crecimiento progresivo que no tiene un techo.

2.- ¿A qué se debe este auge de la industria de la cirugía plástica estética en Quito?

En Quito y el país el auge de la cirugía plástica estética y de la industria de la belleza se debe a la influencia constante de propaganda y programas transmitidos del extranjero, y por el aumento de la capacidad adquisitiva de la gente lo que les permite cumplir sus anhelos de tener una mejor figura o presencia ante la sociedad.

3. ¿Cuál sector de la ciudad puede crecer (todavía está desatendido) más en lo que respecta a los servicios de cirugía plástica estética, (norte, sur, centro o valles? ¿Por qué?

Existen un sector del Distrito Metropolitano de Quito y otro aledaño perteneciente al cantón Rumiñahui , que son el Sector Sur de Quito y el Valle de los Chillos (San Rafael - Sangolquí) que tienen un espacio para crecer.

Los dos sectores mencionados pueden crecer puesto que están desatendidos, no existen clínicas de cirugía plástica estética o las clínicas que funcionan en estos sectores la gran mayoría no presta este servicio a

través de profesionales en la rama que acudan a dar consulta u operar en esas instalaciones.

4. ¿Cuáles serían las características del servicio, para que una clínica estética tenga éxito en el sur de Quito?

PRECIOS	30 %
LOCALIZACION	20 %
PROMOCION	50%

5.- ¿Cree usted que la gente de todas las edades y de todos los estratos socioeconómicos quieran y puedan acceder a recibir la prestación de servicios de cirugía plástica estética o es solo a grupos etarios o socioeconómicos determinados?

Definitivamente todos los grupos de edad, exceptuando los menores de edad, pueden y quieren acceder a este tipo de servicio; e igualmente las facilidades de pago que actualmente ofrece el sistema financiero, préstamos vía bancos y cooperativas, tarjetas de crédito, avances en efectivo han permitido que todos los estratos socioeconómicos accedan a estos servicios, sin dejar de lado el aumento del poder adquisitivo de la población en general.

3.2.3 Análisis del tamaño y características de la demanda

Como se lo mencionó en el punto 3.2.1.1 Población y muestra, la población de la demanda está limitada bajo ciertos criterios que son la localización, sur de Quito que tiene aproximadamente 800.000 habitantes, edad, personas entre 18 y 65 años que representan un 60,8% de la población de la ciudad, y el nivel socioeconómico, nivel medio, medio alto y alto que representan un 35,9% de la ciudadanía, al final la población de la demanda quedó en 174.618 personas.

Esta demanda necesita modificarse según criterios obtenidos con la aplicación de la encuesta tales como recortar las personas que definitivamente no accederían al servicio en cuestión bajo ninguna circunstancia, que según la tabulación de las encuestas llegó ser del 20%, es decir el 80% de las personas tienen interés en la cirugía estética, esto disminuye la demanda de 174.618 a 139.694 personas.

En la encuesta se preguntó a las personas si asistirían o no a una nueva clínica a abrirse en el sector sur de Quito, los resultados de esta pregunta comprenden también un criterio importante para modificar y moldear la demanda, de forma que sea más precisa y pegada a la realidad. El total de personas que respondieron negativamente a asistir a una nueva clínica fue del 35%, es decir que de la demanda previa, el 65% quedaría de demanda real, de las 139.694 personas quedan 90.801 personas.

Ahora bien, gracias a la entrevista se conoce que lo que realmente hará que la demanda sea grande es la promoción que se haga a la clínica más allá de los precios de los productos ofrecidos y la ubicación.

3.3 Mezcla de mercadotecnia

3.3.1 Productos y servicios a ofertar

La estrategia de producto a seguir será la del lanzamiento de una clínica (se ha considerado como nombre “INNOVA ESTETICA”, nombre que se pondrá a consideración de los accionistas) con un conjunto establecido de servicios que se constituirán en las diferentes líneas de producto.

De acuerdo a los resultados obtenidos por las técnicas implementadas, se considera oportuno ofrecer a los clientes de la clínica de cirugía estética plástica el siguiente conjunto de procedimientos quirúrgicos:

RINOSEPTOPLASTIA (cirugía de nariz): La rinoseptoplastia es una de las cirugías más frecuentes que se realiza cuando existe una alteración externa o laterorrinia (formación no estética de la nariz) e interna de la nariz o desviación septal. Esta desviación es generalmente la manifestación externa de las estructuras nasales internas (Moina, 2013). En este sentido, se consideraría como un procedimiento estético de la nariz.

LIPOSUCCIÓN y LIPOESCULTURA: La liposucción es una “técnica de cirugía estética que consiste en la extracción de tejido graso por medio de una cánula de 3 a 4 mm de grosor. Esta cánula se introduce bajo la piel haciendo pequeñas incisiones. El objetivo de la liposucción es eliminar depósitos de grasa concretos, no es acabar con la obesidad genérica ni con la celulitis” (Enciclopedia de la salud, 2013). La lipoescultura, por otro lado, relocaliza el tejido adiposo para formar una figura más atractiva (Moina, 2013).

MAMOPLASTIA DE AUMENTO (implantes mamarios) y **PEXIA MAMARIA** (levantamiento del busto): Se trata de una operación de cirugía plástica para aumentar el volumen de las mamas a través del uso de implantes mamarios hechos de salinos o de silicona; la pexia mamaria permite levantar las mamas caídas. (Enciclopedia de la salud, 2013).

BLEFAROPLASTIA 2 párpados y 4 párpados: Es la “cirugía plástica de los párpados, consiste en la resección de la piel excedente (párpado superior), y corrección de las bolsas grasas salientes o abultadas y exceso de piel (párpado inferior), con el fin de eliminar el aspecto de mirada cansada” (Moina, 2013).

LIFTING FACIAL (estiramiento facial): es una cirugía para reafirmar la piel de la cara y el cuello. Puede hacer parecer más joven al paciente debido a que con esta intervención pueden eliminarse muchas de las

arrugas, no obstante no se cambia la textura de la piel (Enciclopedia de la salud, 2013).

Los servicios ofrecidos por la clínica de cirugía estética plástica deberán ceñirse a las siguientes políticas:

- Calidad en los servicios, tanto en la etapa de preventa, cirugía y postventa.
- Puntualidad en el desarrollo de las actividades.
- Estricto cumplimiento de normas y procedimientos médicos, legales y administrativos.
- Mejoramiento continuo.
- Capacitación permanente del personal en diversas áreas relacionadas con las actividades que desarrolle dentro de la empresa.

3.3.2 Plaza

Con el fin de determinar la localización de la clínica, se consideró el siguiente análisis de localización, basado en la metodología sugerida por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe que establece los siguientes pasos:

- Definición de macro-localización (por métodos de inclusión y descarte)
- Definición de meso-localización (por métodos de inclusión y descarte)

- Definición de alternativas de micro-localización
- Criterios de selección
- Selección de localización (CEPAL, 2007).

Macro-localización: Se selecciona la ciudad de Quito como lugar donde se desarrollará el proyecto. Esta selección se justifica por ser la ciudad en la que residen los accionistas y donde se realizó el estudio. Además, es una zona urbana en la que se cuenta con acceso a instrumentos, equipos y suministros para la operación de la clínica. Se descartan otras ciudades por el difícil traslado de los accionistas.

Meso-localización: Los servicios a ofrecer se venderán en la propia clínica que se va a ubicar en la zona sur de la ciudad de Quito, donde se ha considerado más adecuado crear la empresa. Esto se debe a que 82% de los encuestados manifestaron que no conocían una clínica como la propuesta en el presente documento en el sector sur, además de la entrevista reveló que hay una interesante posibilidad de negocio en esa área. Se descartaron otras zonas de Quito debido a que no se cuenta con datos concluyentes sobre el impacto de la apertura de una clínica estética como la propuesta en el presente documento además de que ya existe oferta de los servicios señalados en otras áreas.

Micro-localización: Se han determinado tres posibles localizaciones para la creación de la Clínica: barrio La Villaflora debido a que es un sector residencial de clase y de un alto valor comercial por su cercanía a

centros comerciales como “El Recreo”; la Magdalena, porque es un sector de clase media con cercanía al futuro lugar de la estación del Metro de Quito; y, Quitumbe, porque es una zona que ha tenido un gran crecimiento residencial en los últimos años y está cerca del Estadio Olímpico del Aucas, la Terminal Terrestre Quitumbe y el centro comercial Quicentro Sur.

Criterios de selección: Se han considerado los siguientes criterios para seleccionar la localización de la clínica:

- Precio de los arrendamientos, calificados de 1 a 3, con un nivel de ponderación de 20%.
- Localización, que se evalúa por centralidad, cercanía a las residencias de los médicos, cercanía a proveedores y cantidad de personas residentes en el sector. Serán calificados de 1 a 3 y tiene un nivel de ponderación de 40%.
- Nivel socioeconómico de las personas en el barrio calificado de 1 a 3, con un nivel de ponderación de 30%.
- Cercanía a centros comerciales y lugares de concentración masiva, calificados de 1 a 3, con un valor de ponderación de 10%.

Con los valores señalados, multiplica la calificación otorgada por el porcentaje de ponderación de cada criterio.

Selección de la alternativa óptima: Los elementos a ser evaluados se presentan para cada alternativa junto con su valor ponderado en la siguiente matriz de localización:

Tabla 23. Matriz de selección de localización

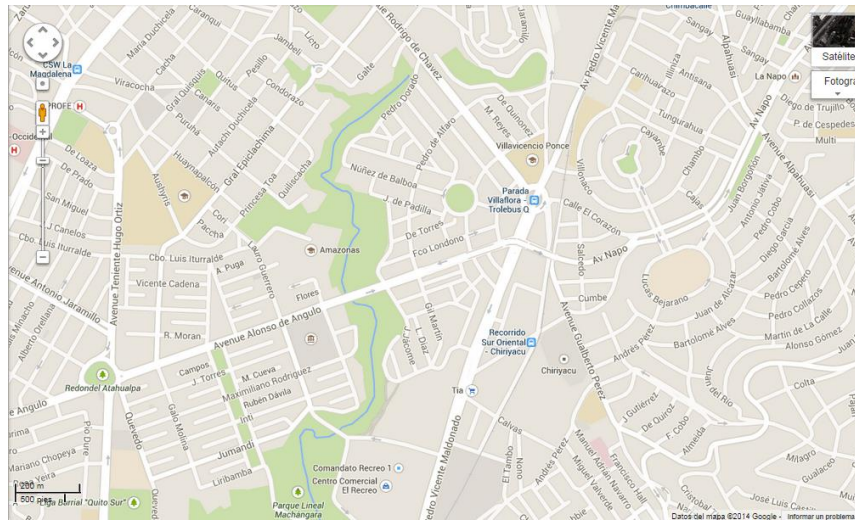
Criterio	Villaflora	Magdalena	Quitumbe
Precio	2 $2*20\%=0,4$	1 $1*20\%=0,2$	3 $3*20\%=0,6$
Localización	3 $3*40\%=1,2$	2 $2*40\%=0,8$	1 $1*40\%=0,4$
Nivel socioeconómico	2 $2*30\%=0,6$	3 $3*30\%=0,9$	1 $1*30\%=0,3$
Centros de afluencia	2 $2*10\%=0,2$	1 $1*10\%=0,1$	3 $3*10\%=0,3$
Total valores ponderados	2,4	2,0	1,6

Fuente: investigación

Elaborado por: Angela Jaramillo

Por lo señalado, se establece que la mejor localización para la clínica es en el barrio La Villaflora. En este barrio, las calles principales son las avenidas Rodrigo de Chávez, Alonso de Angulo y Pedro Vicente Maldonado. Por lo que se debe buscar un lugar adecuado en estas calles para la apertura de la Clínica Estética. A continuación se muestra un mapa del sector para mayor claridad:

Gráfico 32. Mapa de la localización de la clínica



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Angela Jaramillo

En este lugar se hará la venta de las intervenciones quirúrgicas a realizar. De manera adicional, se realizarán ventas a través de la página web de la compañía, la que contará con un espacio de reservación de consultas y cirugías y que permita el pago por medio de transferencias o tarjeta de crédito por medio de la mencionada página web.

3.3.3 Precio

La estrategia será la de introducción con un precio bajo de los servicios de la clínica para rápido posicionamiento.

En el sentido expuesto, se han considerado los siguientes precios para cada uno de los procedimientos a seguir, junto con los precios promedios en el sector y los precios en una prestigiosa clínica de Quito:

Tabla 24. Lista de precios de las intervenciones a ofrecer

	Precios propuestos*	Precios promedio**	Precios en otra clínica***
RINOSEPTOPLASTIA	1.500,00	1.605,00	2,350.00
LIPOSUCCION	1.700,00	2.010,00	2,489.00
LIPOESCULTURA	1.900,00	3.333,00	2,785.00
MAMOPLASTIA DE AUMENTO	2.350,00	2.517,00	3,229.00
BLEFAROPLASTIA 2 párpados	1.100,00	1.288,00	2,049.00
BLEFAROPLASTIA 4 párpados	1.700,00	-	2,625.00
PEXIA MAMARIA	1.900,00	2.525,00	2,785.00
LIFTING FACIAL	2.900,00	3.938,00	3,329.00

Fuente: * Entrevista al Doctor René Enríquez

** (Estheticon, 2014)

*** (Hospital de los Valles, 2014)

Elaborado por: Angela Jaramillo

Para el establecimiento de los precios se han considerado tanto las respuestas de las encuestas como datos proporcionados por el doctor René Enríquez, que conoce los precios del mercado y que, según su criterio, ha manifestado que los valores establecidos son los más adecuados. Esto se verificó con los precios señalados en la tabla precedente y que muestran que la clínica propuesta ofrecerá precios menores a los de la competencia.

3.3.4 Promoción a desarrollar

Para la promoción de la clínica se ha considerado la siguiente composición de colores, que permitirán mantener una imagen consistente con el fin de captar la atención del público al que está dirigida la promoción de la clínica.

Gráfico 33. Composición de colores

Fuente: investigación

Elaborado por: Angela Jaramillo

Se han considerado colores de una gama de azules ya que evocan sentimientos de tranquilidad y confianza (Silo Creativo, 2014). Con base en esto, se ha considerado el siguiente logotipo:

Gráfico 34. Logo propuesto para Innova Estética

Fuente: investigación

Elaborado por: Angela Jaramillo

De manera adicional, para todos los textos se utilizará de manera consistente el tipo de letra Eras Demi, debido a que tiene una fácil legibilidad y un estilo moderno y bien contorneado:

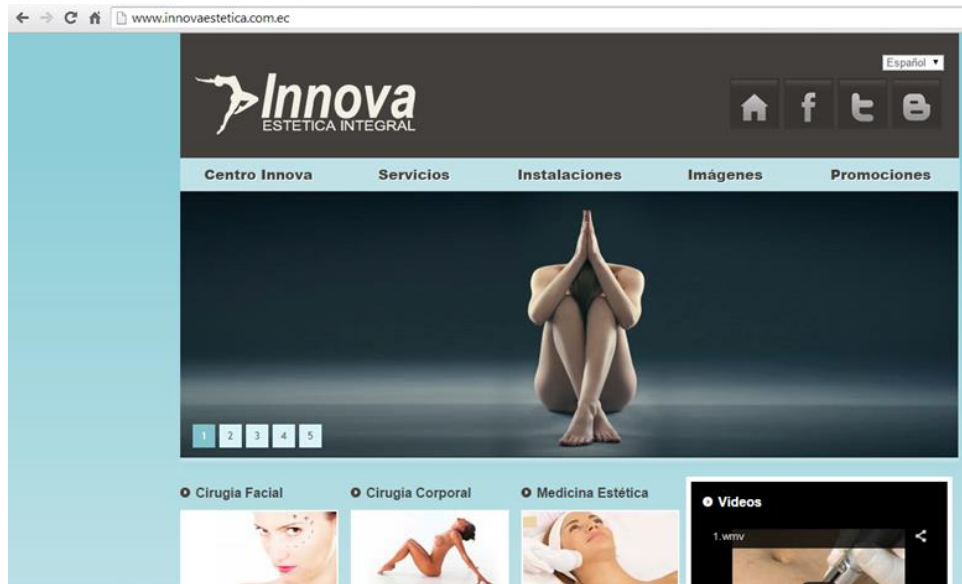
Gráfico 35. Tipografía a utilizar**Aa – Bb – Cc – Dd – Ee – Ff – Gg – Hh – Ii – Jj****Kk – Ll – Mm – Nn – Ññ – Oo – Pp – Qq – Rr****Ss – Tt – Uu – Vv – Ww – Xx – Yy – Zz****1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 0**

Fuente: investigación

Elaborado por: Angela Jaramillo

Con los elementos señalados, se han establecido diversos elementos de promoción como los siguientes:

- Página web y redes sociales. Para esto se adquirirá el dominio www.innovaestetica.com.ec que al momento de la redacción del presente informe se encuentra libre. Así mismo, se crearán perfiles de Facebook, Twitter y canal de Youtube. En todos los espacios mencionados, se harán actualizaciones de estado con una regularidad no menor a una vez por semana.



- Tarjetas de presentación. Estas tarjetas serán enviadas a una imprenta para su impresión. Se hará una impresión de tarjetas genéricas (solamente con el nombre de la clínica y sus datos de contacto) y una impresión diferente para cada médico y el gerente general o administrador.

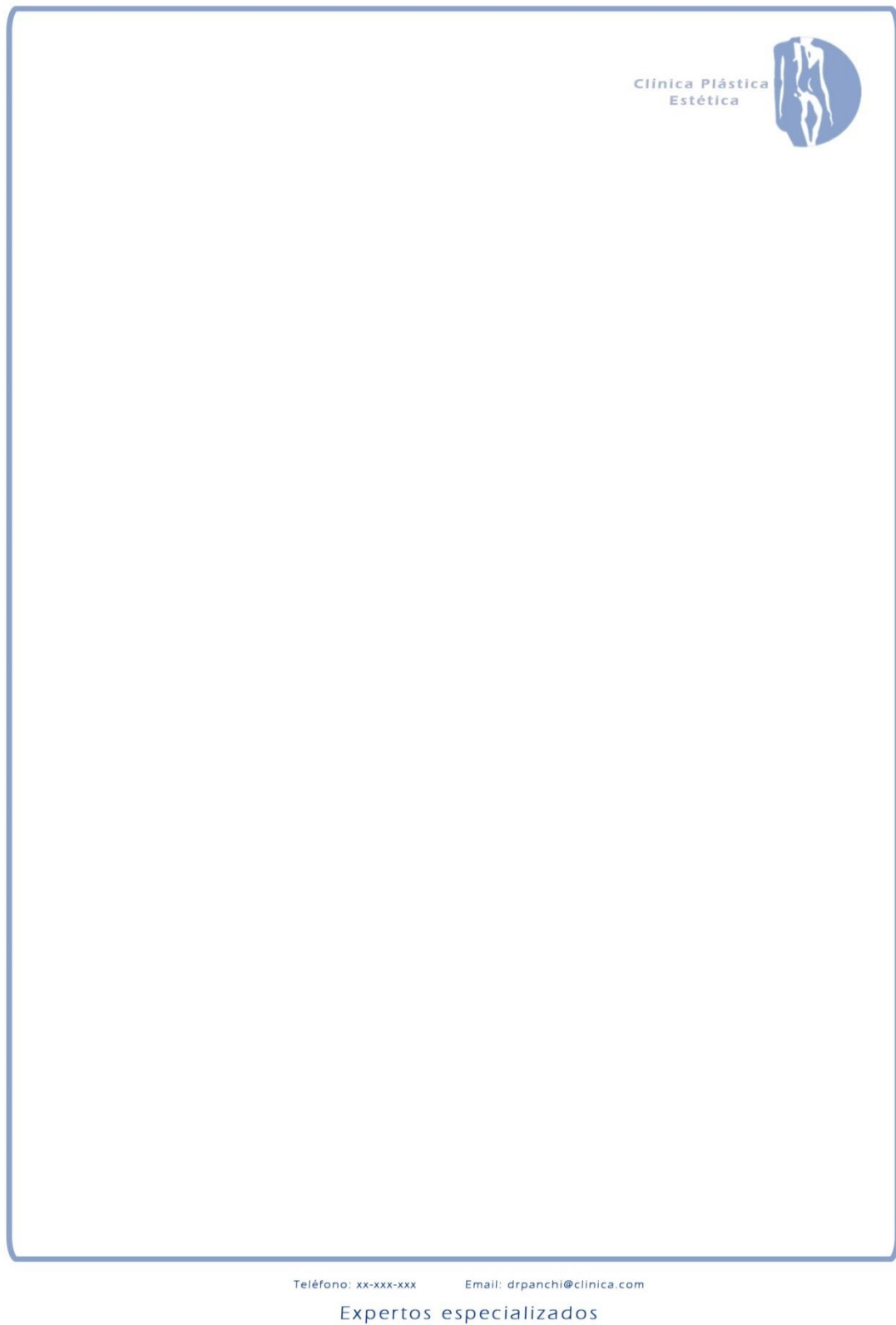
Gráfico 36. Tarjeta de presentación



Fuente: investigación
Elaborado por: Angela Jaramillo

- Hojas volantes. Estas hojas volantes presentarán información de la clínica así como de los procedimientos quirúrgicos que se ofrecen. Las hojas serán impresas a todo color en tipo de papel couché de 100 gr.
- Publicidad en banners. Estos banners serán puestos en los tres centros comerciales del sur de la ciudad de Quito con mayor afluencia: Quicentro Sur, Atahualpa y el Recreo. Para esto, se mandará a imprimir los banners a una empresa especializada y se colocarán tras la firma del acuerdo respectivo con los centros comerciales.
- Publicidad en las revistas. Se ha considerado contratar publicidad en la revista Cosas, Hogar u otra que esté dirigida primordialmente a público femenino. Esta publicidad se hará de manera periódica, en diferentes revistas para medir el nivel de aceptación e interés que generan.
- Menciones en programas de televisión. Se ha pensado primordialmente solicitar menciones en los programas “Hacia un nuevo estilo de vida” que se presenta en Ecuavisa y “Vive mejor” que se presenta en Teleamazonas.
- Para los trabajos de oficina se utilizará la siguiente hoja membretada.

Gráfico 37. Hoja membretada



Fuente: investigación
Elaborado por: Angela Jaramillo

CAPÍTULO IV: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

4.1 Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo determinar las actividades que se van a desarrollar en el proyecto, definir el equipamiento, infraestructura, recursos económico y humanos óptimos para la sostenibilidad y rendimiento económico en un lapso determinado de tiempo.

Dentro del estudio técnico se determinan y definen los principales procesos que determinan la operatividad de la Clínica Estética:

1. Procesos Administrativos

- Atención al público e información
- Financieros y contables
- Talento Humano
- Mantenimiento y seguridad
- Control Interno

2. Procesos Operativos.

- Proceso de Atención al paciente por primera vez.
- Proceso de Apertura de Historia Clínica.
- Proceso específico para cada producto:
 - RINOSEPTOPLASTIA (cirugía de nariz)
 - LIPOSUCCION LASER
 - LIPOESCULTURA
 - MAMOPLASTIA DE AUMENTO (implantes mamarios)
 - BLEFAROPLASTIA (arreglo de párpados)

- PEXIA MAMARIA (levantamiento del busto)
- LIFTING FACIAL (estiramiento facial)

De manera general se determina el proceso operativo de la siguiente manera:

- El paciente llega a recepción para la admisión en donde se registra dentro del sistema hospitalario los datos personales.
- Apertura de la historia clínica y el nombre del Especialista.
- Ingreso al cubículo designado para la preparación al chequeo prequirúrgico.
- Traslado en una camilla a quirófano en donde se le anestesia y se procede con la cirugía.
- Finalizada la operación, se le despierta al paciente en quirófano y regresa nuevamente a su cubículo de recuperación ya asignado anteriormente.
- Se queda en recuperación máximo 6 horas y se le da de alta, se le prepara la cuenta, efectúa el pago y sale de la clínica.

Un estudio técnico de un proyecto permite identificar las actividades que se van a realizar y la capacidad técnica para desarrollarlos. Sin embargo, el estudio técnico no solamente ha de demostrar la factibilidad técnica, “sino que también debe mostrar y justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto” (ILPES, 2006, págs. 91-92).

4.1.1 Infraestructura

El Estudio de Mercado ha justificado que la macro-localización del proyecto estará en el sur del Distrito Metropolitano de Quito, debido a falta de oferta y potencial demanda por la prestación de los servicios de la Clínica Estética.

Para una adecuada operatividad se requiere adquirir un inmueble que cumpla con los siguientes requisitos:

Tabla 25. Infraestructura Básica para implementación.

Item	Descripción	Área (m2)
1	Recepción y sala de espera	40
2	Oficina Administrativa	15
3	Quirófano A	35
4	Quirófano B	35
5	Baños Quirófanos (2)	20
6	Baños (4)	32
7	Bodega	20
8	Habitación A con baño	17
9	Habitación B con baño	17
10	Sala de Recuperación (6cubículos)	60
11	Baños para sala de recuperación (2)	16
12	Consultorios (2)	40
13	Parqueaderos (10) Ordenanza Metropolitana 3746	80
	Rampas de acceso y ruta evacuación	
Área Total		427
	Inversión Adecuaciones	\$ 12.810,00

Elaborado por: la autora.

La zonificación para encontrar un inmueble de 427 metros cuadrados se determina en la Administración Zonal Eloy Alfaro, parroquias La Magdalena, Chimbacalle y San Bartolo; puesto que se las considera con mayor concentración comercial, existiendo edificaciones que se acoplen a la necesidad del proyecto.

Dentro de esta zona se establece que el sector de la Villaflora que se encuentra entre las Parroquias La Magdalena y Chimbacalle es el más propicio para la implementación



Gráfico 31. Mapa Distribución Zonal D.M. Quito

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito – Angela Jaramillo

Una vez definido el lugar, se efectuarán los respectivos trámites para adquirir el inmueble cuyo costo será de \$235.000; y una vez firmado el respectivo contrato de compra-venta se procederá a realizar las adecuaciones pertinentes para implementar de manera prioritaria los Quirófanos, además de la sala de recuperación, consultorios y habitaciones.

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador en agosto del 2013 expide la Guía de Acabados Interiores para Hospitales.

“La GAIH es un documento de referencia para ser aplicado en la planificación, construcción y mantenimiento de la obra. Por lo tanto, es una herramienta útil para consultores, diseñadores, constructores, administradores, fiscalizadores y el personal técnico relacionado con infraestructura para la salud”. (Guía de Acabados Interiores para Hospitales, 2013)

Tomando como referencia esta Guía se puede señalar los materiales que se deberán utilizar para la implementación de los quirófanos según las indicaciones referenciales, es importante aclarar que esta norma no es de estricta aplicación y es únicamente referencial.

Gráfico No. 32 Matriz de Acabados Quirófanos GAIH

		MATERIAL	DIMENSIONES (L=largor, a=ancho, e=espesor, h=altura)	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	TONO / COLOR / ACABADO <small>Referirse a la Cartilla de Acabados (productos mostrados son sugeridos. Pueden ser reemplazados por productos que cumplan con similares características y especificaciones técnicas).</small>	REFERENCIA GRÁFICA (FICHA No. / NA) NA= NO APLICA
13.3 QUIRÓFANOS						
Piso	a.	Vinil conductivo	Rollo e= no menor a 2 mm	Vinil conductivo flexible, espesor ≥ 2 mm. Junta termosoldada, adhesivo conductivo. Comportamiento eléctrico EN1081 $\leq 10^4 \Omega$. Conexión a tierra con lámina de cobre.	Tono: claro Color: azul/celeste	PI-05
Pared	b.1	Curva sanitaria de vinil	h= 10 cm r= 10 cm aprox.	Colocación sobre perfil asegurado al piso (sistema de arista perdida provisto por el fabricante).	Tono: igual a piso Color: igual a piso	PI-05
	b.2	Vinil	Rollo e= no menor a 2 mm	PVC homogéneo flexible. Antiestático, fungiestático, bacterioestático. Resistencia abrasión Grupo "M". Junta termosoldada. Colocación sobre superficie nivelada y alisada. Comportamiento electrostático $<2KV$. Espesor $\geq 1,5$ mm.	Tonos: claros Color: celeste, beige	
Cielo falso	c.	Tablero industrial de yeso (gypsum board) resistente a la humedad. Sin textura	Según diseño	Opción 1: Superficie continua con junta perdida. Terminado liso, pintura satinada lavable (2 manos mínimo). Opción 2: Sistema panelado con certificación internacional para aplicación en quirófanos. Junta sellada.	Tono: claro Color: blanco	CI-03; NA
Puertas	d.	Acero inoxidable y vidrio Puerta con visor	Según fabricante o requerimiento	Producto requiere de certificación internacional, garantía, instalación y mantenimiento del fabricante. Una o dos hojas. Acero inoxidable 304A. Puertas batientes con brazo neumático de cierre automático o puertas corredizas con sistema automático de riel motorizado. Activación mecánica y automática. Bordes de ventanas con vidrio templado a nivel de la superficie de la hoja.	Tono: claro Color: gris plata	Pu-11

De acuerdo a parámetros internacionales se determina que el diseño y estructura del quirófano debe contemplar los siguientes aspectos:

Tamaño. 35-60 m cuadrados, que permita tener a una distancia cómoda los instrumentos y equipos.

Paredes y techos. Los quirófanos no deben tener ventanas y de tenerla deberá ser hermética, los techos deben ser lisos, de material inalterable y aislamiento del sonido. Las paredes y puertas deben ser antifiama, revestidas con material impermeable e inalterable, a prueba de manchas, sin grietas, de fácil limpieza, sin brillo, sin colores fatigantes para la vista.

Pisos. Deben ser antiestáticos para disipar la electricidad de los equipos y personal, prevenir la acumulación de cargas electrostáticas en sitios que se usan anestésicos inflamables. De material plano, impermeables, inalterable, duros y resistentes. Las esquinas deben ser redondeadas para facilitar su limpieza.

Humedad y temperatura. Debe conservar una alta humedad relativa de 55% para ayudar a reducir la posibilidad de una explosión. La Temperatura se debe conservar entre 18 a 24° C (termostato).

Control del ambiente. Se requiere personal bien entrenado, uso de pijama quirúrgica correctamente, tránsito solo lo indispensable dentro

del quirófano, hablar muy poco y que se apega a las normas de asepsia y antisepsia.

Iluminación general. Debe ser distribuida uniformemente por el quirófano, suficiente para detectar cambios en el color de la piel del paciente, proporcionada con la del campo operatorio, para reducir la fatiga ocular. Tanto en el área operatoria como la general en el quirófano debe ser flexible, ajustable y controlable.

Iluminación quirúrgica. Debe ser: intensa, sin reflejos y regulable en intensidad Iluminar en la área de incisión a un rango de 2.500 a 12.500 bujías-pie (27.000 a 127.000 lux) Una profundidad de foco de 25 a 30 cm. permite una intensidad que sea similar en la superficie y parte profunda No producir sombras Color azul blanco (luz diurna). No producir calor. De fácil limpieza. Fácil de ajustar en posiciones

Climatización. El quirófano debe estar aislado del exterior y dotado de un sistema de aire acondicionado provisto de filtros especiales (retienen el 99% de las partículas mayores de 3 micras). Con control de filtros y grado de humedad (revisión c/ 6meses) Este sistema de aire acondicionado debe de ser de flujo laminar y debe tener un control de humedad.

4.1.2 Equipos

De acuerdo a la investigación y levantamiento de información efectuado a lo largo de este proyecto, se ha identificado que el equipamiento necesario para una adecuada operativización del proyecto es el que se muestra en la tabla adjunta:

Tabla 26 Activos Fijos, equipamiento.

ACTIVO FIJO		Total	Precio Unit.	Monto Total
Equipo y Maquinaria				\$ 83.140,00
	Máquina de anestesia y monitor	2	18.000,00	36.000
	Lámpara Cielítica	2	5.000,00	10.000
	Mesa de cirugía	2	3.500,00	7.000
	Mesa de instrumentación	2	850,00	1.700
	Mesa mayo	2	500,00	1.000
	Electrobisturí bipolar	2	3.500,00	7.000
	Equipo de succión normal	2	1.200,00	2.400
	Liposuctor	2	2.000,00	4.000
	Sillas de quirófano	4	160,00	640
	Coche de insumos y medicamentos	2	250,00	500
	Cama hospitalaria eléctrica	10	1.200,00	12.000
	Camillas	2	250,00	500
	Sillas de rueda	2	200,00	400

Fuente: Angela Jaramillo

Las características de cada equipo son:

- **Máquina de anestesia y monitor.** La máquina de anestesia es apta para la entrega de anestesia inhalatoria para pacientes adultos, pediátricos y neonatales. El monitor permite determinar la profundidad y la tendencia de la anestesia.

- **Mesa para cirugía.** Proveen de una superficie elevada que soporta el cuerpo del paciente durante los procedimientos quirúrgicos, estabilizando la posición del paciente y suministrando una exposición óptima del campo operatorio. En la actualidad hay gran rango de sofisticación tecnológica, desde mesas manuales o eléctricamente controladas a aquellas con control remoto.
- **Lámpara scialítica.** Equipo que produce características de luz de brillantes, y con toda una gama de flexibilidad mecánica y ópticas requeridas en cirugía, es ideal para procedimientos quirúrgicos menores, obstétricos y exámenes especializados.
- **Mesa de instrumentación y mesa de Mayo.** Accesorio de altura variable con una barra de soporte apoyada en una base. Posee un marco para una charola rectangular de acero inoxidable. Se emplea para colocar los instrumentos que serán de uso continuo durante la intervención: Bisturí, tijeras, pinzas de hemostáticas y otros de especialidad.
- **Lámpara quirúrgica.** Debe ser a prueba de explosiones. Energía radiante auxiliar para campo operatorio. Es conveniente que las lámparas de quirófano tengan interruptor automática en caso de falla o descargas eléctricas atmosféricas

- **Electrobisturí.** es un equipo electrónico (producto sanitario) capaz de transformar la energía eléctrica en calor con el fin de coagular, cortar o eliminar tejido blando, eligiendo para esto corrientes que se desarrollan en frecuencias por encima de los 200.000 Hz. ya que estas no interfieren con los procesos nerviosos y sólo producen calor.
- **Equipo de succión normal.** Se utilizan antes y después de las operaciones para eliminar fluidos quirúrgicos, tejidos (incluidos huesos), gases o fluidos corporales del paciente.
- **Liposuctor.** Es un sistema de succión y logra modelar y reducir zonas específicas como: abdomen, brazos, muslos, glúteos, etc. Técnica para combatir la celulitis y mejora la condición de la piel, trata los tejidos conjuntivos cutáneos y subcutáneos.

Adicionalmente se requerirá: Asientos, tarimas o escaleras, baldes y recipientes. Portabolsas de ropa y de residuos.

4.1.3 Talento humano

La Clínica Estética requiere de un personal de planta, el mismo que tendrá relación de dependencia.

Tabla 27 Personal bajo relación de dependencia.

Descripción	CANTIDAD	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL SUELDOS MES	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Valor Anual
Administrador/atencion al cliente	1	1.200,00	1.200,00	145,80	100,00	100,00	28,33	50,00	19.489,60
Instrumentadores	2	1.000,00	2.000,00	243,00	166,67	166,67	56,67	83,33	32.596,00
Enfermeras	2	1.000,00	2.000,00	243,00	166,67	166,67	56,67	83,33	32.596,00
Recepcionista, facturación	1	500,00	500,00	60,75	41,67	41,67	28,33	20,83	8.119,00
Auxiliares	2	500,00	1.000,00	121,50	83,33	83,33	56,67	41,67	16.638,00
Limpieza	1	370,00	370,00	44,96	30,83	30,83	28,33	15,42	6.244,46
Guardia / Seguridad	1	420,00	420,00	51,03	35,00	35,00	28,33	17,50	7.042,36
TOTAL	10	-	7.490,00	910,04	624,17	624,17	283,33	312,08	122.925,42

Fuente: Angela Jaramillo

Adicionalmente se realizará la contratación por prestación de Servicios Profesionales como mano de obra indirecta a un contador. Es importante mencionar que cuando sea necesario se contratarán los servicios de un profesional jurídico, en la etapa de pre inversión se determinó un rubro.

Tabla 28 Personal Servicios Profesionales M. O. Indirecta

SERVICIOS PROFESIONALES	CANTIDAD	REMUNERACION	TOTAL	ANUAL
Contador	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
TOTAL				\$ 8.400,00

Fuente: Angela Jaramillo

Dentro de los Costos de Venta se ha determinado los honorarios que van a percibir los especialistas contratados por cirugía, de igual manera bajo la modalidad de prestación de servicios profesionales.

HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 509.280,00
--------------------------	----------------------

Se han considerado el número óptimo de empleados que puedan brindar un servicio de calidad, oportuno y confiable.

4.2 Estudio administrativo

La Clínica de Cirugía Plástica se conformará a través de la inversión de 3 socios capitalistas que en virtud de la necesidad de mejorar e incrementar la oferta del servicio de Cirugía Estética en el sur del Distrito Metropolitano de Quito han decidido emprender en la creación de la mencionada clínica.

Tabla 29. Participación Accionaria

ACCIONISTA	PROFESIÓN	EXPERIENCIA	PARTICIPACIÓN	OBSERVACIÓN
DR. RENE IVAN ENRIQUEZ NAVARRO	CIRUJANO PLÁSTICO	12 AÑOS	40%	No es afiliado al Colegio de Médicos de Pichincha ni a la Sociedad Ecuatoriana de Cirugía, no es necesario la afiliación para el ejercicio.
DR. PATRICIO PEREZ	CIRUJANO PLÁSTICO	30 AÑOS	40%	Afiliado al Colegio de Médicos de Pichincha y Miembro Titular de la Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva.
ARQ. JOSE TEJADA	ARQUITECTO	30 AÑOS	20%	Afiliado al Colegio de Arquitectos del Ecuador.
TOTAL			100%	

Fuente: Angela Jaramillo

La parte operativa está garantizada al contar con profesionales con experiencia en Cirugía Estética, esto a la vez permitirá un posicionamiento más rápido en el mercado objetivo. La participación de un profesional en Arquitectura también permitirá lograr una optimización de las instalaciones, así como una correcta distribución espacial en la clínica.

El proyecto deberá formularse en base a la Constitución de una Empresa bajo una de las modalidades que permite el marco legal vigente de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, en la Ley de Compañías, en la Sección V, De la Compañía de Responsabilidad Limitada, manifiesta:

“Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva

será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar” (Superintendencia de Compañías, 1999).

Bajo esta consideración se deberá tomar en cuenta todas las disposiciones, obligaciones y responsabilidades que genera la creación de una compañía de responsabilidad limitada.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Una vez que se han definido las necesidades técnicas, operativas y la figura administrativa para la iniciar las actividades de la empresa, es fundamental determinar la estructura organizacional que permita una correcta interrelación entre unidades y determinar los niveles jerárquicos de la empresa:

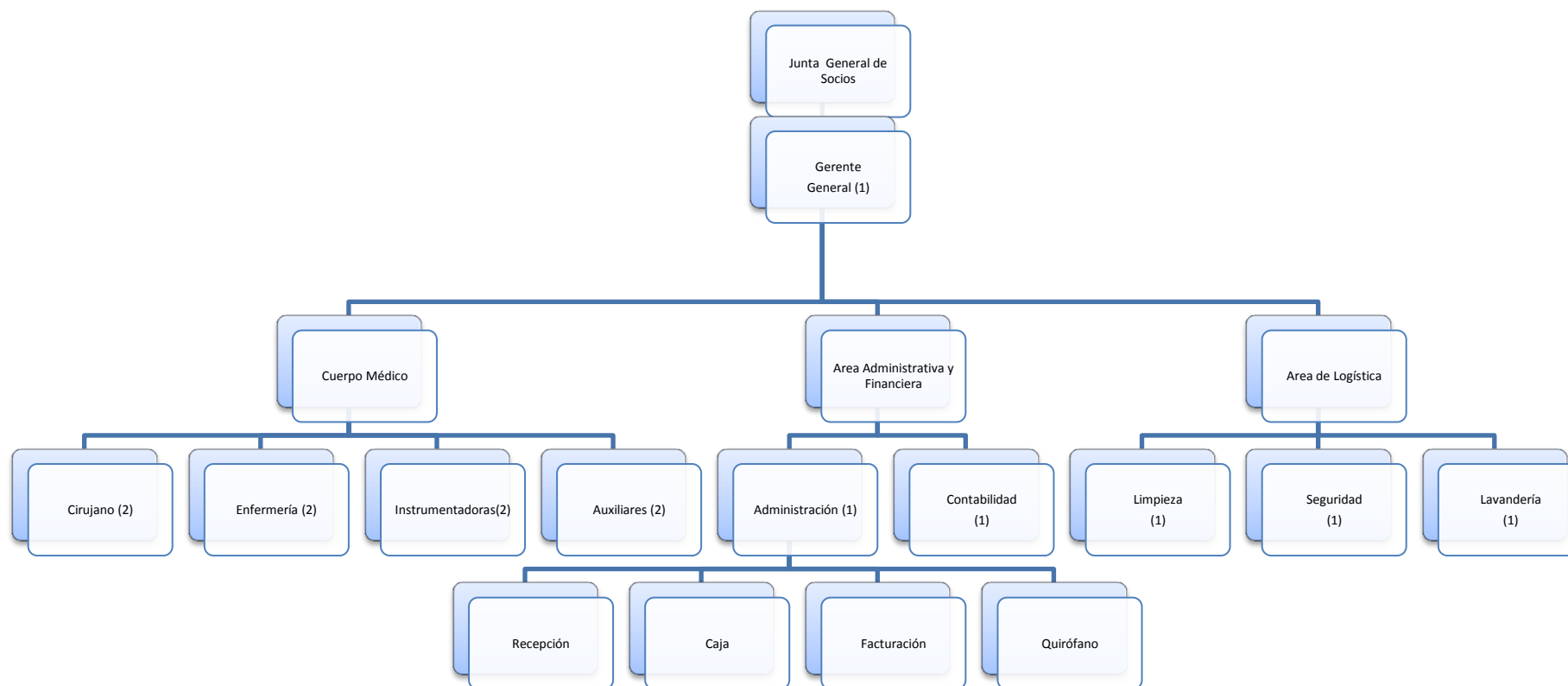


Gráfico 32 Organigrama Estructural

Elaborado por: Angela Jaramillo

En base a esta estructura se definen las funciones de cada uno de los puestos de trabajo.

Junta General de socios: La Junta General de Socios deberá actuar en marco a lo estipulado en la Ley de Compañías, en su artículo 116, manifiesta:

“- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria” (Ley de Compañías, 1999).

- Es responsabilidad de la Junta de Socios el nombramiento y cese de administradores.
- Autorización o no a los administradores para el ejercicio, por cuenta propia o ajena, del mismo.
- La modificación de los estatutos sociales.
- El aumento y reducción del capital social.
- Disolución de la sociedad.
- Cualesquiera otros asuntos que determinen la ley o los estatutos. Acorde al art. 118 de la Ley de Compañías.

Gerente General. Será la persona que estará al frente de la administración total de la clínica, sus responsabilidades están acorde a lo que estipula la Ley de Compañías, siendo el representante legal de la compañía y acatando lo dispuesto por la Junta de Socios.

Sus principales funciones serán:

- Supervisar y controlar el correcto desempeño de las actividades de la empresa.
- Coordinar de manera eficiente a las unidades operativas y administrativas a fin de cumplir los objetivos y optimizar recursos.
- Verificar la correcta información administrativa, financiera y técnica de la empresa.
- Establecer mecanismos de control a los procesos y recursos de la clínica.
- Cumplir las disposiciones de la Junta de Socios que se enmarquen dentro de las diferentes leyes.

Cuerpo Médico. Será de igual manera supervisado y monitoreado por el Administrador General, estará conformada por 8 personas, con la siguiente distribución:

2 médicos cirujanos (externos que facturarán a la clínica), 2 instrumentadoras, 2 enfermeras y 2 auxiliares; quienes deberán:

- Cumplir las tareas encomendadas por el Administrador acorde a sus perfiles y conocimientos específicos.
- Dar información adecuada y veraz a los pacientes.
- Manejar de manera responsable y adecuado los equipos, insumos, materiales, instrumentos y herramientas encomendados para sus labores.
- Respetar las normas y procedimientos estándar de seguridad y bioseguridad.
- Asistir de manera oportuna y adecuada a los médicos especialistas.

- Las que así lo determine el jerárquico superior.

Área Administrativa y Financiera. La estructura orgánica propuesta para la clínica, determina que existirá un Administrador de Clínica que coordinará las áreas operativa y administrativa y un contador externo que facturará a la Clínica por honorarios profesionales.

Bajo este nivel, administrativamente la clínica está conformada por:

Recepción – Caja – Facturación - Quirófano

Las funciones de todo el staff de administración son:

- Dar información veraz y oportuna a las personas que se acercan a la clínica en busca de información y a los pacientes.
- Realizar facturación, recibir cobros, cuadre de caja con sus respectivos respaldos acorde al tratamiento o cirugía efectuados.
- Elaborar agenda y citas de manera eficaz para los especialistas.
- Realizar reportes y requerimientos de materiales e insumos.
- Las demás que le sean asignados por su jerárquico superior.

Área de Logística. Esta área se encarga de las tareas relativas al mantenimiento y seguridad de los activos de la clínica. Estará conformada por tres elementos: Limpieza, Seguridad y Lavandería. Cabe indicar que el personal de esta área se encontrará en la nómina de la Clínica, con excepción del servicio de lavandería que será contratado de manera externa a la clínica, a través de empresas que brinden estos servicios.

Las funciones de Limpieza serán:

- Mantener total calidad en el servicio de limpieza de la Clínica con eficiencia y calidad a nivel hospitalario, cuyo objetivo sea que el paciente tenga mejor higiene y sea menor el riesgo de contaminación.
- Administrar los insumos de limpieza, velar que su uso sea adecuado y llevar un control de los mismos.

Las funciones de Seguridad serán:

- Brindar seguridad al paciente y al personal que labora en la Clínica.
- Cuidar los equipos, muebles, activos fijos e instalaciones de la Clínica.

Las funciones generales para ambas secciones de Limpieza y Seguridad serán:

- Realizar las tareas de manera diligente, eficiente y cumpliendo los procedimientos establecidos,
- Las demás funciones que le sean asignadas por su jerárquico superior.

Las funciones de lavandería externa serán:

- Mantener un adecuado manejo del servicio de lavado de la ropa hospitalaria, con altos estándares de limpieza y desinfección.

4.3 Estudio legal

En el Estudio Administrativo se determinó la figura jurídica con la que se constituirá la empresa, la cual es: **Compañía de Responsabilidad Limitada,**

para lo cual se deberá realizar el respectivo proceso mediante una solicitud a la Superintendencia de Compañías elaborada por un abogado y junto con 3 copias certificadas de la escritura pública de constitución de la Compañía Limitada. Dicha escritura deberá contener lo estipulado en el Art. 137 de la Ley de Compañías:

“Art. 137.- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y,

10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley."

Es importante indicar que el nombre de igual manera deberá ser aprobado por la Secretaría General de dicha Superintendencia.

A partir de septiembre del 2014, la Superintendencia incorporó una *herramienta digital* que permite realizar la Solicitud para Constituir Compañía por Vía Electrónica, el mismo que posee un manual para su aplicación.

La herramienta electrónica por un lado permite simplificar y agilizar los procesos para la aprobación, de manera inmediata emite los valores y procesos a realizar:

Notaria: Escritura pública, razón de marginación y autenticación de firmas.
Valor aproximado 420 dólares americanos.

Registro Mercantil: Proceso de Constitución y proceso de nombramiento generan gastos de registro y generales por un valor aproximado de 350 dólares.

El capital mínimo con que ha de constituirse una compañía de Responsabilidad Limitada, es de \$400,00 dólares, deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden

consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

Para este caso, la Empresa iniciará con un capital social de \$300.000.

OBTENCIÓN DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO:

Una vez generada la Escritura Pública y con ello la empresa como tal, es necesario continuar con el proceso para la obtención de los permisos de funcionamiento:

Los pasos que se requieren cumplir son:

1. **RUC**, este trámite se lo realiza en el SRI, a continuación se presenta una tabla resumiendo la Ficha de Requisitos para Inscripción de Sociedades, que se encuentra en el portal del www.sri.gob.ec.

Tabla 30. Ficha de requisitos servicio de rentas internas

REQUISITOS GENERALES PARA INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE RUC SOCIEDADES

DOCUMENTO	SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, SUCURSALES EXTRANJERAS
FORMULARIO	<p>RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI).</p> <p>RUC 01-B se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz</p>

IDENTIFICACION DE LA SOCIEDAD	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para los establecimientos permanentes de las compañías extranjeras deberán presentar la resolución otorgada por la Superintendencia de Compañías que autoriza a la sucursal de la compañía extranjera a operar en el país
Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir la hoja de datos generales y accionistas	
REPRESENTACION	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir el nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para las Sucursales extranjeras y establecimientos permanentes, se solicitará original y copia certificada del poder conferido al Mandatario de la compañía Extranjera inscrito en el Registro Mercantil. En el caso de que el nombramiento de representante legal no se encuentre disponible en la página web de la Superintendencia de Compañías se solicitará el requisito en original y copia.
DOCUMENTO DE IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DOCUMENTO DE UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD	REMITIRSE A LA HOJA DE IDENTIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A REQUISITOS GENERALES PARA VERIFICAR LA IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL Y LA UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD

Fuente: SRI Sistema de Rentas Internas – Angela Jaramillo

De manera simplificada se requiere:

- Formularios RUC 01 A y /o RUC 01 B,
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública,
- Original y copia de la cédula de ciudadanía o pasaporte, certificado de votación del representante legal.
- Original y copia de una planilla de servicio público de los últimos 3 meses.
- Original y copia del impuesto predial y/ o contrato de arrendamiento.

2. Declaración de patente y pago 1,5 por mil

Es un tributo municipal cuya declaración y pago anual lo realizan las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con

establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana como es el caso de Quito, se debe cancelar hasta el mes de junio según el noveno dígito del RUC, para las personas jurídicas.

Se debe presentar la siguiente documentación de acuerdo a la página de www.tramitesciudadanos.gob.ec:

- Formulario de inscripción de patente que se descarga de www.quito.gob.ec Herramientas en línea.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en caso de que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal.
- Copia de la escritura de constitución en caso de personas jurídicas.
- Copia del nombramiento vigente del representante legal
- De ser el caso carta de autorización del representante legal a un tercero y sus copias de cédula y papeleta de este último.

3. Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito. (<http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luae>)

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

Los requisitos para iniciar el proceso para obtener la LUAE son:

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- De ser el caso autorización o documento habilitante para la implementación de rótulo.

Dependiendo la categoría de negocio se deberán obtener los respectivos permisos, para lo cual con el mismo trámite se direccionaran para las respectivas inspecciones: ambiente, bomberos, salud o turismo de acuerdo al giro del negocio.

4. Permiso Cuerpo de Bomberos del D.M. de Quito

Actualmente el Municipio de Quito emite la LUAE como se explicó anteriormente, dentro del proceso previo para la obtención de dicho permiso, se deberá realizar la obtención de los permisos del Cuerpo de Bomberos de Quito.

La autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

TIPO A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

TIPO B

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de ví-veres.

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

Previo a la obtención de la LUAE se deberán cancelar todas las tasas e impuestos generados por la actividad económica a desarrollar.
(<http://www.bomberosquito.gob.ec/>)

5. Permiso de Ministerio de Salud Pública

El ente rector de las actividades de salud a nivel nacional es el Ministerio de Salud Pública, en la provincia de Pichincha se debe realizar la obtención de los permisos respectivos a través de la Unidad Descentralizada respectiva. Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son los siguientes:

CLINICAS- HOSPITALES- INSTITUTO MEDICO- EMPRESAS DE SERVICIOS DE MEDICINA PREPAGADA (Ecuador M. d.)

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Plano del local a escala 1.50. Croquis con referencias de ubicación del local
- Copia del RUC establecimiento. Copia del Certificado del Ministerio de Energía Renovable (en caso de tener áreas de Radiología)
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica, en caso de Fundaciones la resolución de los estatutos otorgado por el MIES.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del representante legal. - Copia certificada o notariada del nombramiento del Director Técnico
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del director técnico. Copias certificadas de los títulos de los profesionales de la salud (registrados en el

Ministerio de Salud Pública). Copias de los registros de los títulos en el SENESCYT

- Licencia de estupefacientes y psicotrópicos emitida por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez (en caso de Clínicas y Hospitales).
- Copia de la Resolución de Aprobación del Reglamento interno emitida por la Dirección Provincial de Salud (en caso de Clínicas, Hospitales e Institutos Médicos).
- Copia de los certificados de salud ocupacional de todo el personal (técnico, administrativo y de servicios), emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud. Contrato de prestación de servicios de medicina prepagada aprobado por el Ministerio de Salud Pública (en el caso de servicios de medicina prepagada)
- Certificado del curso de manipulación de alimentos (para el personal de cocina en el caso de Clínicas y Hospitales)
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito).
- Copia del certificado y calificación del manejo de desechos. Hojas de vida del personal profesional (en el caso de Medicina Prepagada)

Nota: Cualquier cambio referente a la representación legal o técnica, así como cambio de ubicación de una dependencia deberá ser notificada a la Dirección Provincial de Salud de Pichincha mediante oficio, dentro de las 48 horas posteriores al acontecimiento, acompañando al mismo toda la documentación habilitante, según corresponda al particular que se notifique, para someterlo al

trámite legal respectivo para su legalización. Todos los trámites previos para la operación demandan un lapso de tiempo considerable y un gasto en los trámites, por lo que en la inversión inicial se contempló un valor que permita cubrirlos.

4.4 Estudio Financiero

El estudio financiero permite cuantificar y asignar valores al proyecto, a fin de que permita determinar si la inversión es sostenible y genera rentabilidad en un lapso estipulado de tiempo generalmente de 10 años, de esta manera se podrá tomar la decisión de implementar o no el emprendimiento.

4.4.1 Inversión inicial

La inversión inicial tiene varios componentes como activos fijos, capital de trabajo y los gastos legales para iniciar la constitución de la compañía. A continuación se presenta la estructura general del Plan de Inversiones:

Tabla 31. Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES				
PROYECTO	INNOVA CLINICA ESTETICA			
CLASIFICACIÓN		Aporte Propio	Financiamiento	Vida Útil
ACTIVOS FIJOS	EDIFICIOS (CASA)	\$105,000	\$130,000	20
	EDIFICIOS (ADECUACIÓN Y ROTULACIÓN)	\$12,810		20
	MUEBLES Y ENSERES	\$16,000		10
	EQUIPOS MEDICOS	\$83,140		7
	INSTRUMENTAL MEDICO QUIRURGICO	\$41,500		10
	EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	\$12,550		3
SUBTOTAL DE ACTIVOS FIJOS		\$271,000	\$130,000	
CAPITAL DE TRABAJO	Capital de Trabajo Operativo	\$18,000	\$0	
	Capital de Trabajo Administrativo	\$7,000	\$0	
SUBTOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO		\$25,000	\$0	
GASTOS LEGALES	Constitución Empresa	\$2,000	-	
	Gastos varios	\$2,000		
SUBTOTAL GASTOS DE CONSTITUCION		\$4,000	\$0	
TOTAL INVERSIÓN		\$300,000	\$130,000	\$430,000

Fuente: Angela Jaramillo

Para poner en marcha el negocio de la clínica estética se contempla el aporte de los tres socios por el valor de \$300.000,00 dólares que representan el 69,77% de la inversión total, la diferencia se financiará por medio de un crédito hipotecario de \$130.000 dólares que representan el 30,23% del total a invertir.

La estructura de la inversión se determina en base a las necesidades y requerimientos para la implementación del proyecto.

Inversión en Activos Fijos:

a. Activos Fijos, de acuerdo a la NIC (Norma Internacional de Contabilidad) 16 manifiesta:

“Las propiedades, planta y equipo son los activos tangibles que:

- (a) Posee una entidad para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos; y
- (b) Se esperan usar durante más de un periodo.

Se reconocerá un elemento de inmovilizado material como activo cuando:

- (a) Sea probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo; y
- (b) El coste del activo para la entidad pueda ser valorado con fiabilidad.”

Los activos fijos se los ha clasificado en este proyecto en:

- Edificio (infraestructura – casa).
- Edificio (adecuaciones).
- Muebles y enseres.
- Equipos médicos.
- Instrumental médico quirúrgico.
- Equipos de cómputo y software.

De acuerdo a esta clasificación se tiene el siguiente detalle general de las inversiones necesarias:

ACTIVO FIJO	VALOR
Edificio (casa)	\$ 235,000.00
Edificio (adecuaciones)	\$ 12,810.00
Muebles y Enseres	\$ 16,000.00
Equipos Médicos	\$ 83,140.00
Instrumental médico quirúrgico	\$ 41,500.00
Equipo de Cómputo y Software	\$ 12,550.00
TOTAL	\$ 401,000.00

Inmueble y Adecuaciones, en el Estudio Técnico se definió la necesidad de adquirir un inmueble que preste las condiciones necesarias para la correcta operación de la clínica determinando un área necesaria de 427 metros cuadrados.

En un inicio se pensaba rentar una casa para el funcionamiento de la clínica, pero el costo del arriendo iba a ser de \$2.500 dólares mensuales.

Se hizo un análisis elaborando una tabla de amortización simulando un préstamo hipotecario de \$130.000,00 dólares a 10 años plazo y con una tasa del 9% anual, de acuerdo a lo que se maneja en el mercado financiero actual, dando como resultado una cuota mensual de \$1.646.79, por lo que se decidió realizar el préstamo porque el costo-beneficio es más favorable.

A esta infraestructura es fundamental adecuarla correctamente, se debe considerar el material de los pisos, zonas de accesibilidad, divisiones, pintura, rotulación y señalización.

Por tanto, se ha definido un valor estándar por metro cuadrado de USD 30,00 dólares. Prorrateando al área estimada de 427 m² se tiene un presupuesto estimado de USD 12.810,00 dólares.

b. Capital de Trabajo, se puede manifestar que el capital de trabajo son los recursos necesarios para iniciar la operación de un negocio, para lo cual se deberá considerar un posible periodo de tiempo en el que los costos y gastos serán mayores que los ingresos. En el presente estudio se contempla un periodo no mayor a 2 meses que se deberán tener los recursos necesarios para solventar y garantizar la operatividad de la clínica en el peor escenario posible.

El capital de trabajo que se necesita para solventar este proyecto para los dos primeros meses de funcionamiento es de \$25.000,00 dólares, los mismos que serán utilizados en sueldos y salarios del personal administrativo y operativo, un valor adicional para cubrir posibles honorarios de especialistas que tengan demoras en la gestión de cobranza o sea parte de una promoción por apertura de la clínica; y finalmente se incluyó un valor para la adquisición del inventario de insumos y medicamentos.

Capital de Trabajo	
Sueldos Operativos	13,638.33
Sueldos Administrativos	6,849.24
Honorarios Profesionales	2,000.00
Insumos y Medicamentos	2,000.00
Otros Operativos	512.43
Total Capital de Trabajo	25,000.00

c. Gastos Legales, los gastos que se requieran para formar la personería jurídica de la empresa.

4.4.2 Presupuesto de Ingresos

La Clínica Estética ofertará los servicios que se describen en la siguiente tabla:

Tabla 32. Tarifario de Servicios y Precios

ITEM	SERVICIO	GÉNERO	TIEMPO CIRUGÍA (HORAS)	HONORARIOS PROFESIONALES				CLINICA	TOTAL PVP	TOTAL VTAS MES
				CIRUJANO PRINCIPAL	AYUDANTE 25% C.P.	ANESTESIA \$80 c/hora	TOTAL HONORAR.			
1	RINOSEPTOPLASTIA (cirugía de nariz)	hombres y mujeres	1	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 80,00	\$ 1.040,00	\$ 460,00	\$ 1.500,00	\$ 15.000,00
2	LIPOSUCCION	hombres y mujeres	2	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.120,00	\$ 580,00	\$ 1.700,00	\$ 11.900,00
3	LIPOESCULTURA	Mujeres	2,5	\$ 900,00	\$ 180,00	\$ 200,00	\$ 1.280,00	\$ 620,00	\$ 1.900,00	\$ 15.200,00
4	MAMOPLASTIA DE AUMENTO (implantes mamarios)	Mujeres	1,5	\$ 850,00	\$ 170,00	\$ 120,00	\$ 1.140,00	\$ 1.210,00	\$ 2.350,00	\$ 9.400,00
5	BLEFAROPLASTIA 2 párpados	hombres y mujeres	1	\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 680,00	\$ 420,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
6	BLEFAROPLASTIA 4 párpados	hombres y mujeres	2	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.120,00	\$ 580,00	\$ 1.700,00	\$ 3.400,00
7	PEXIA MAMARIA (levantamiento del busto)	Mujeres	2,5	\$ 900,00	\$ 180,00	\$ 200,00	\$ 1.280,00	\$ 620,00	\$ 1.900,00	\$ 3.800,00
8	LIFTING FACIAL (estiramiento facial)	hombres y mujeres	2	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 160,00	\$ 1.960,00	\$ 940,00	\$ 2.900,00	\$ 5.800,00
TOTAL SERVICIOS			1,8125				\$ 9.620,00	\$ 5.430,00	\$ 15.050,00	\$65.600,00

Fuente: Angela Jaramillo

Elaborado por: Angela Jaramillo

En base a estos ingresos mensuales, se proyectan los ingresos anuales a un horizonte de 10 años, es importante mencionar que se realizó el siguiente análisis:

Capacidad Utilizada: El primer año será el 41% del total de la capacidad instalada de la Clínica Estética incrementándose cada año en un promedio del 2% hasta llegar al 57% en el décimo año.

Los precios tendrán el incremento de 7% anual en el segundo año y a partir del tercer año el incremento de 5%. Se definió estos porcentajes tomando como base los incrementos anuales de precios a los tarifarios hospitalarios que sugiere la Asociación de Clínicas y Hospitales Privados del Ecuador.

El número de cirugías estéticas se inicia con una cantidad de 432 en el primer año, luego del segundo año al sexto año habrá un incremento sostenido del 5% anual y; a partir del séptimo año hasta el décimo año un mínimo incremento de 2%.

Tabla 33. Proyección de Ventas a 10 años

SERVICIO	PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	DETALLE	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL
1	RINOSEPTOPLASTIA (cirugía de nariz)	\$180,000	\$211,860	\$242,676	\$276,044	\$312,142	\$351,160	\$368,718	\$387,154	\$406,511	\$426,837
2	LIPOSUCCION	\$142,800	\$152,796	\$183,355	\$192,523	\$202,149	\$212,257	\$250,728	\$292,516	\$337,856	\$354,749
3	LIPOESCULTURA	\$182,400	\$219,564	\$230,542	\$268,966	\$282,414	\$296,535	\$311,362	\$326,930	\$343,276	\$396,484
4	MAMOPLASTIA DE AUMENTO (implantes mamarios)	\$112,800	\$120,696	\$126,731	\$133,067	\$139,721	\$183,383	\$192,553	\$161,744	\$169,831	\$178,323
5	BLEFAROPLASTIA 2 párpados	\$13,200	\$14,124	\$14,830	\$15,572	\$16,350	\$17,168	\$18,026	\$18,928	\$19,874	\$20,868
6	BLEFAROPLASTIA 4 párpados	\$40,800	\$43,656	\$45,839	\$48,131	\$75,806	\$79,596	\$83,576	\$87,755	\$92,143	\$96,750
7	PEXIA MAMARIA (levantamiento del busto)	\$45,600	\$48,792	\$51,232	\$53,793	\$56,483	\$59,307	\$62,272	\$65,386	\$68,655	\$72,088
8	LIFTING FACIAL (estiramiento facial)	\$69,600	\$74,472	\$78,196	\$82,105	\$86,211	\$90,521	\$95,047	\$149,699	\$157,184	\$165,044
TOTAL		\$787,200	\$885,960	\$973,400	\$1,070,201	\$1,171,276	\$1,289,927	\$1,382,282	\$1,490,111	\$1,595,331	\$1,711,142

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.3 Presupuesto de Gastos

Una vez proyectados los ingresos, se requiere determinar los gastos y costos de venta:

- A. Costos de Venta: Son aquellos que varían de acuerdo al nivel de ventas o servicios prestados, van en directa relación a mayor venta mayor costo y viceversa.

Tabla 34. Presupuesto Costo de Venta (Operacionales)

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES	
COSTO DE VENTAS	\$569.967,69
HONORARIOS PROFESIONALES	\$509.280,00
MATERIALES, INSUMOS Y MEDICAMENTOS	\$60.687,69
MATERIALES INDIRECTOS	\$3.600,00
Materiales de limpieza para todas las áreas	\$3.600,00
Otros Materiales	\$0,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$81.830,00
Instrumentadores	\$32.596,00
Enfermeras	\$32.596,00
Auxiliares	\$16.638,00
TOTAL	\$655.397,69

Elaborado por: Angela Jaramillo

Honorarios Profesionales: En la tabla de Ingresos se determinan los honorarios por cada cirugía (cirujano, ayudante y anestesista), dando un total de \$ 509.280,00 el primer año.

Materiales e Insumos: Se determinan de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 35. Materiales, Insumos y Medicamentos al año

CANT	DESCRIPCION	COSTO UNT	COSTO MES
36	KIT DE CIRUGIA (guantes, gasas, esterilización, etc)	11.20	403.20
4	CAJA DE 100 GUANTES PARA RECUPERACION	3.00	12.00
4	GALONES LIRABLON	4.00	16.00
4	GALONES SABLON	4.00	16.00
32	PAQUETE DE 10 GASAS	3.90	124.80
120	JERINGAS	0.07	8.40
36	PAPEL HIGIENICO	0.67	24.00
36	FUNDAS DE BASURA NEGRAS	0.10	3.60
36	FUNDAS DE BASURA ROJAS	0.10	3.60
36	FUNDAS DE BASURA VERDES	0.10	3.60
200	TOALLAS DE PAPEL PARA MANOS	0.15	30.00
4	GALON JABON LIQUIDO DE MANOS	5.00	20.00
12	ALGODÓN	1.20	14.40
4	1 LITRO DE ALCOHOL	2.00	8.00
132	SWAPS	0.05	6.60
36	SEVOFLURANO	21.54	775.38
26	MARCADOR DE PIEL	2.86	74.40
36	GENTAMICINA CREMA (GARAMICINA)	0.80	28.80
36	METAMIZOL (DOLRAD)	3.20	115.20
36	TEGADERM ADULTO	2.09	75.32
36	CYSTOFLO (FUNDA RECOLECTORA ORINA)	3.92	141.23
36	DREN DE PENROSE	1.05	37.94
36	SONDA FOLEY	1.15	41.26
36	TEGADERM CON PAD	2.45	88.34
36	GUANTE ESTERIL	0.60	21.60
40	FIXOMUL 15 CM X 10 M ROLLO	0.02	0.92
72	SEDA NEGRA	2.28	164.49
72	ETHILON 5/0	1.77	127.38
72	ETHILON 6/0	1.77	127.38
72	ETHILON 3/0	1.99	143.45
4	PAR DE IMPLANTES MAMARIOS	600.00	2,400.00
	TOTAL MES		5,057.31
	TOTAL ANUAL		60,687.69

Elaborado por: Angela Jaramillo

Material de Limpieza: Se estima un monto de USD 3.600,00 al año.

Materiales de limpieza general	Mes	Año
Escobas, trapeadores, desinfectantes, papel, toalla, etc.	300	\$ 3.600,00

Mano de Obra Directa: Los montos de Sueldos y Salarios de Auxiliares, Instrumentistas y enfermeras por un monto anual de USD 81.830,00 dólares.

B. Costos Administrativos, son los que deben darse independientemente de la operación de la empresa, se tiene:

Tabla 36. Presupuesto Gastos Administrativos y Ventas

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	49,495.42
Administrador	19,489.60
Recepcionista – facturación	8,319.00
Limpieza	6,244.46
Guardia / Seguridad	7,042.36
Mano de obra Indirecta	8,400.00
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	12,899.30
Gastos servicios básicos	4,200.00
Servicios de Lavandería	3,024.00
Imprevistos/Gastos mantenimiento	1,000.00
Gastos de Constitución	4,000.00
Impuestos y Contribuciones	675.30
PUBLICIDAD Y VENTAS	18,000.00
TOTAL	80,394.72

Elaborado por: Angela Jaramillo

Sueldos Administrativos: Por un total anual de USD 49.495,42 dólares. Otros gastos administrativos, son los gastos de servicios básicos, lavandería, mantenimiento, gastos de constitución e impuestos y contribuciones; dando un total anual de 12.899,30 dólares. Y un valor estimado de 18.000,00 dólares para gastos de publicidad y propaganda.

A continuación se presenta el cuadro de sueldos y salarios del personal de la clínica:

Tabla 37. Sueldos y Salarios

Descripción	CANTIDAD	SUELDO INDIVIDUAL	TOTAL SUELDOS MES	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Valor Anual
Administrador/atención al cliente	1	1.200,00	1.200,00	145,80	100,00	100,00	28,33	50,00	19.489,60
Instrumentadores	2	1.000,00	2.000,00	243,00	166,67	166,67	56,67	83,33	32.596,00
Enfermeras	2	1.000,00	2.000,00	243,00	166,67	166,67	56,67	83,33	32.596,00
Recepcionista, facturación	1	500,00	500,00	60,75	41,67	41,67	28,33	20,83	8.319,00
Auxiliares de Enfermería	2	500,00	1.000,00	121,50	83,33	83,33	56,67	41,67	16.638,00
Limpieza	1	370,00	370,00	44,96	30,83	30,83	28,33	15,42	6.244,46
Guardia / Seguridad	1	420,00	420,00	51,03	35,00	35,00	28,33	17,50	7.042,36
TOTAL	10	-	7.490,00	910,04	624,17	624,17	283,33	312,08	122.925,42

Elaborado por: Angela Jaramillo

Gastos de publicidad y ventas:

Publicidad y Ventas	Año 1	Año 2
Diseño e implementación Página Web	\$ 1.000,00	\$ 500,00
Tarjetas de presentación y flyers	\$ 1.200,00	\$ 500,00
Banners en centros comerciales	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Publicaciones y revistas	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Medios Televisivos	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Total	\$ 18.000,00	\$ 16.800,00

Los gastos de publicidad y ventas son altos en los dos primeros años del proyecto con la finalidad de posicionar la Clínica Estética en el sector sur de Quito. Se consideró disminuir el gasto en 50% a partir del tercer año en adelante.

Con la información levantada, se procede a realizar la proyección de costos a 10 años:

Tabla 38. Proyección de Costos y Gastos

COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS OPERACIONALES	655,398	728,664	792,813	863,722	937,288	1,023,800	1,090,375	1,167,876	1,243,800	1,327,440
Honorarios Médicos	509,280	574,718	632,575	697,046	764,005	836,228	896,394	974,595	1,043,560	1,120,020
Mano de Obra Directa	81,830	85,922	90,218	94,728	99,465	104,438	109,660	115,143	120,900	126,945
Materiales, Insumos y Medicamentos	60,688	64,280	66,127	67,898	69,607	78,753	79,766	73,401	74,414	75,351
Materiales Indirectos	3,600	3,744	3,894	4,050	4,211	4,380	4,555	4,737	4,927	5,124
COSTOS NO OPERACIONALES	80,395	77,023	71,726	76,901	80,264	79,214	82,710	87,659	91,596	97,150
Sueldos Administrativos	49,495	51,970	54,569	57,297	60,162	63,170	66,329	69,645	73,127	76,784
Gastos servicios básicos	4,200	4,326	4,456	4,589	4,727	4,869	5,015	5,165	5,320	5,480
Servicios de Lavandería	3,024	3,192	3,461	3,740	4,029	4,328	4,540	4,758	4,980	5,208
Imprevistos/Gastos mantenimiento	1,000	0	0	1,000	1,050	1,103	1,158	1,216	1,276	1,340
Gastos de publicidad	18,000	16,800	8,400	9,276	9,085	4,183	3,744	4,523	4,049	4,891
Gastos de Constitución	4,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuestos y Contribuciones	675	735	841	999	1,211	1,562	1,925	2,352	2,843	3,447
TOTAL	735,792	805,686	864,540	940,624	1,017,552	1,103,014	1,173,085	1,255,535	1,335,397	1,424,590

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.4 Presupuesto de Inversión en Activos Fijos

En el cuadro de Inversiones de la Tabla 38 Plan de Inversiones se nombran los activos que se requieren adquirir para la puesta en marcha del proyecto, a continuación se presenta el detalle de cada uno:

Tabla 39. Inversiones en activos fijos por área

ACTIVO FIJO	Recepción y sala de espera	Oficina Adm. y Bodega	Quirófano A	Quirófano B	Habitación A	Habitación B	Sala de Recuperación	Consultorios	Total	Precio Unit.	Monto Total
Muebles y Enseres											\$ 16.000
Estación de trabajo	1	4						2	7	400	2.800
Sillas giratorias	1	4						2	7	70	490
Sillas fijas	2	3						6	11	50	550
Sillones para espera	2	1							3	500	1.500
Velador					1	1			2	200	400
Sofá cama					1	1			2	350	700
Menaje lencería (sábana + cobija + edredón)				2	2	2	12	4	22	150	3.300
Televisores	1	1			1	1	2		6	1000	5.910
Lámparas			1	1	1	1	1		5	30	150
Basureros	1	1	2	2	2	2	12	2	24	8	200
Equipos Médicos									0		\$ 83.140,00
Máquina de anestesia y monitor			1	1					2	18.000,00	36.000
Lámpara Cielítica			1	1					2	5.000,00	10.000
Mesa de cirugía			1	1					2	3.500,00	7.000

Mesa de instrumental			1	1					2	850,00	1.700
Mesa mayo			1	1					2	500,00	1.000
Electrobisturí bipolar			1	1					2	3.500,00	7.000
Equipo de succión normal			1	1					2	1.200,00	2.400
Liposuctor			1	1					2	2.000,00	4.000
Sillas de quirófano			2	2					4	160,00	640
Coche de insumos y medicamentos			1	1					2	250,00	500
Cama hospitalaria eléctrica			1	1	1	1	6		10	1.200,00	12.000
Camillas								2	2	250,00	500
Sillas de rueda								2	2	200,00	400
									0		0
Instrumental Médico Quirúrgico									0		\$ 41.500,00
Equipo cirugía general			1	1					2	3.500,00	7.000
Equipo cirugía menor			1	1					2	2.000,00	4.000
Equipo de cánulas			1	1					2	3.000,00	6.000
Equipo de rinoplastia			1	1					2	6.000,00	12.000
Equipo de lifting			1	1					2	5.000,00	10.000
Set de separadores			1	1					2	1.250,00	2.500
									0		0
Equipo de Computo y Software									0		\$ 12.550,00
Computador y periféricos	1	3					1	2	7	800,00	5.600
Multifunción Láser	1	1							2	300,00	600
Impresora Matricial		1							1	500,00	500
UPS	1	3					1	2	7	70,00	490
Teléfonos	1	1		1	1	1	2	2	9	40,00	360
Software hospitalario y contable		1							1	5000	5.000
INVERSIÓN TOTAL ACTIVOS FIJOS											\$ 153.190,00

Elaborado por: Angela Jaramillo

Una vez realizada la inversión de los activos fijos, estos se deprecian cada año, de acuerdo a las normas internacionales cada tipo de activo tiene una vida útil contablemente, así como un valor residual, a continuación se presenta la tabla de depreciaciones a un periodo de 10 años.

Tabla 40. Resumen de Depreciaciones

CUADRO RESUMEN DE DEPRECIACIONES										
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
EDIFICIOS (CASA)	10,575	10,575	10,575	10,575	10,575	10,575	10,575	10,575	10,575	10,575
EDIFICIOS ADECUACIONES	576	576	576	576	576	576	576	576	576	576
EQUIPOS MEDICOS	14,965	14,965	14,965	14,965	14,965	19,455	19,455	19,455	19,455	19,455
INSTRUMENTAL MEDICO QUIRURGICO	7,470	7,470	7,470	7,470	7,470	9,711	9,711	9,711	9,711	9,711
MUEBLES Y ENSERES	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440
EQUIPO DE COMPUTO Y SOFTWARE	3,765	3,765	3,765	0	0	0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN DEL PERIODO	38,792	38,792	38,792	35,027	35,027	41,757	41,757	41,757	41,757	41,757
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	38,792	77,583	116,375	151,402	186,428	228,185	269,943	311,700	353,457	395,214

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.5 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 41. Flujo de Caja Proyectado a 10 años

PERIODO DEL PROYECTO	10	FLUJO DE CAJA PROYECTADO									
TASA DE DESCUENTO REAL	14.0%										
		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
DETALLE	INVERSION INICIAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Inicial	\$ 300,000										
Ingresos operacionales		\$ 708,480	\$ 876,084	\$ 964,656	\$ 1,060,521	\$ 1,161,168	\$ 1,278,062	\$ 1,373,046	\$ 1,479,328	\$ 1,584,809	\$ 1,699,561
Ingresos operacionales por ventas Contado		\$ 708,480	\$ 797,364	\$ 876,060	\$ 963,181	\$ 1,054,148	\$ 1,160,934	\$ 1,244,054	\$ 1,341,100	\$ 1,435,798	\$ 1,540,027
Ingresos operacionales por ventas Crédito			\$ 78,720	\$ 88,596	\$ 97,340	\$ 107,020	\$ 117,128	\$ 128,993	\$ 138,228	\$ 149,011	\$ 159,533
Egresos operacionales		\$ 699,003	\$ 804,192	\$ 861,708	\$ 936,931	\$ 1,013,816	\$ 1,098,852	\$ 1,169,692	\$ 1,251,468	\$ 1,331,459	\$ 1,420,186
Pagos Honorarios Profesionales y compra insumos Contado		\$ 699,003	\$ 765,402	\$ 821,313	\$ 893,593	\$ 966,674	\$ 1,047,863	\$ 1,114,430	\$ 1,192,758	\$ 1,268,627	\$ 1,353,360
Pagos Honorarios Profesionales y compra insumos Crédito		\$ 0	\$ 38,790	\$ 40,395	\$ 43,338	\$ 47,142	\$ 50,989	\$ 55,262	\$ 58,710	\$ 62,832	\$ 66,825
Flujo de caja operacional		\$ 9,477	\$ 71,892	\$ 102,948	\$ 123,590	\$ 147,352	\$ 179,210	\$ 203,354	\$ 227,860	\$ 253,350	\$ 279,375
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes patrimoniales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Egresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 25,374	\$ 58,226	\$ 83,406	\$ 270,412	\$ 129,364	\$ 153,540	\$ 180,294	\$ 207,168
Participación de trabajadores		\$ 0	\$ 0	\$ 4,637	\$ 9,354	\$ 13,399	\$ 17,411	\$ 20,783	\$ 24,666	\$ 28,964	\$ 33,282
Impuesto a la renta		\$ 0	\$ 0	\$ 5,780	\$ 11,661	\$ 16,704	\$ 21,706	\$ 25,909	\$ 30,751	\$ 36,109	\$ 41,491
Dividendos		\$ 0	\$ 0	\$ 14,957	\$ 37,210	\$ 53,302	\$ 69,262	\$ 82,673	\$ 98,123	\$ 115,220	\$ 132,395
Activos Fijos		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 162,032				
Flujo no operacional		\$ 0	\$ 0	(\$ 25,374)	(\$ 58,226)	(\$ 83,406)	(\$ 270,412)	(\$ 129,364)	(\$ 153,540)	(\$ 180,294)	(\$ 207,168)
Flujo neto del período	(\$ 300,000)	\$ 9,477	\$ 71,892	\$ 77,574	\$ 65,365	\$ 63,946	(\$ 91,202)	\$ 73,990	\$ 74,320	\$ 73,056	\$ 72,207
Saldo Inicial de Caja		\$ 29,000	\$ 58,250	\$ 66,103	\$ 73,924	\$ 82,930	\$ 91,435	\$ 113,395	\$ 108,255	\$ 117,084	\$ 125,979
Saldo de caja sin financiamiento		\$ 38,477	\$ 130,142	\$ 143,677	\$ 139,288	\$ 146,875	\$ 233	\$ 187,385	\$ 182,575	\$ 190,140	\$ 198,187

Contratación de préstamo hipotecario	\$ 130,000										
Pago de Préstamo Hipotecario Capital		\$ 8,402	\$ 9,191	\$ 10,053	\$ 10,996	\$ 12,027	\$ 13,155	\$ 14,390	\$ 15,739	\$ 17,216	\$ 18,831
Pago de Interés en Préstamo Hipotecario		\$ 11,359	\$ 10,571	\$ 9,709	\$ 8,766	\$ 7,734	\$ 6,606	\$ 5,372	\$ 4,022	\$ 2,546	\$ 931
Contratación de préstamo		\$ 39,534									
Pago de Préstamos Corrientes Capital			\$ 39,534	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de Interés en Préstamos Corrientes			\$ 4,744	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversiones		\$ 0	\$ 0	\$ 49,992	\$ 88,589	\$ 127,811	\$ 0	\$ 59,369	\$ 107,473	\$ 156,171	\$ 205,231
Recuperación de la Inversión Capital			\$ 0	\$ 0	\$ 49,992	\$ 88,589	\$ 127,811	\$ 0	\$ 59,369	\$ 107,473	\$ 156,171
Interés Ganado Recuperación Inversión			\$ 0	\$ 0	\$ 2,000	\$ 3,544	\$ 5,112	\$ 0	\$ 2,375	\$ 4,299	\$ 6,247
Saldo final de Caja	(\$ 300,000)	\$ 58,250	\$ 66,103	\$ 73,924	\$ 82,930	\$ 91,435	\$ 113,395	\$ 108,255	\$ 117,084	\$ 125,979	\$ 135,613
Utilidad Neta	\$ 0	(\$ 3,487)	\$ 20,494	\$ 41,345	\$ 59,225	\$ 76,958	\$ 91,859	\$ 109,026	\$ 128,023	\$ 147,105	\$ 167,125
(+) Depreciación	\$ 0	\$ 38,792	\$ 38,792	\$ 38,792	\$ 35,027	\$ 35,027	\$ 41,757	\$ 41,757	\$ 41,757	\$ 41,757	\$ 41,757
Flujo de Efectivo Operativo	\$ 0	\$ 35,304	\$ 59,286	\$ 80,136	\$ 94,252	\$ 111,985	\$ 133,616	\$ 150,783	\$ 169,780	\$ 188,863	\$ 208,882
Flujo de caja descontado		\$ 30,969	\$ 45,618	\$ 54,090	\$ 55,804	\$ 58,161	\$ 60,874	\$ 60,258	\$ 59,518	\$ 58,077	\$ 56,345

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.6 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 42. Estado de Resultados

PROYECCIÓN DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos Ventas	\$ 787,200	\$ 885,960	\$ 973,400	\$ 1,070,201	\$ 1,171,276	\$ 1,289,927	\$ 1,382,282	\$ 1,490,111	\$ 1,595,331	\$ 1,711,142
(-) Costos Operacionales	\$ 655,398	\$ 728,664	\$ 792,813	\$ 863,722	\$ 937,288	\$ 1,023,800	\$ 1,090,375	\$ 1,167,876	\$ 1,243,800	\$ 1,327,440
Utilidad Bruta	\$ 131,802	\$ 157,296	\$ 180,587	\$ 206,479	\$ 233,988	\$ 266,127	\$ 291,907	\$ 322,235	\$ 351,531	\$ 383,702
Gastos No operacionales	\$ 80,395	\$ 77,023	\$ 71,726	\$ 76,901	\$ 80,264	\$ 79,214	\$ 82,710	\$ 87,659	\$ 91,596	\$ 97,150
Gastos de Ventas	\$ 18,000	\$ 16,800	\$ 8,400	\$ 9,276	\$ 9,085	\$ 4,183	\$ 3,744	\$ 4,523	\$ 4,049	\$ 4,891
Gastos Administrativos	\$ 62,395	\$ 60,223	\$ 63,326	\$ 67,625	\$ 71,179	\$ 75,031	\$ 78,966	\$ 83,136	\$ 87,547	\$ 92,259
Utilidad Operacional (BAIT)	\$ 51,408	\$ 80,274	\$ 108,861	\$ 129,577	\$ 153,724	\$ 186,913	\$ 209,197	\$ 234,576	\$ 259,934	\$ 286,552
(+) Ingresos Financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 2,000	\$ 3,544	\$ 5,112	\$ 0	\$ 2,375	\$ 4,299	\$ 6,247	\$ 8,209
(-) Gastos Financieros totales	\$ 16,103	\$ 10,571	\$ 9,709	\$ 8,766	\$ 7,734	\$ 6,606	\$ 5,372	\$ 4,022	\$ 2,546	\$ 931
(-) Depreciaciones	\$ 38,792	\$ 38,792	\$ 38,792	\$ 35,027	\$ 35,027	\$ 41,757	\$ 41,757	\$ 41,757	\$ 41,757	\$ 41,757
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 3,487	\$ 30,911	\$ 62,360	\$ 89,329	\$ 116,076	\$ 138,550	\$ 164,443	\$ 193,096	\$ 221,878	\$ 252,073
Participación de Trabajadores 15%	\$ 0	\$ 4,637	\$ 9,354	\$ 13,399	\$ 17,411	\$ 20,783	\$ 24,666	\$ 28,964	\$ 33,282	\$ 37,811
Impuesto a la Renta 22%	\$ 0	\$ 5,780	\$ 11,661	\$ 16,704	\$ 21,706	\$ 25,909	\$ 30,751	\$ 36,109	\$ 41,491	\$ 47,138
Utilidad Neta después de Impuestos y Part. Trab.	-\$ 3,487	\$ 20,494	\$ 41,345	\$ 59,225	\$ 76,958	\$ 91,859	\$ 109,026	\$ 128,023	\$ 147,105	\$ 167,125

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.7 Estado de Situación Financiera Proyectado

Tabla 43. Balance General Proyectado

[illegible]

Proveedores por Pagar	\$ 0	\$ 38,790	\$ 40,395	\$ 43,338	\$ 47,142	\$ 50,989	\$ 55,262	\$ 58,710	\$ 62,832	\$ 66,825	\$ 71,285
Impuestos por pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 10,417	\$ 21,015	\$ 30,104	\$ 39,117	\$ 46,691	\$ 55,417	\$ 65,073	\$ 74,773	\$ 84,949
<i>Pasivo a Largo Plazo</i>	<i>\$ 130,000</i>	<i>\$ 121,598</i>	<i>\$ 112,407</i>	<i>\$ 102,354</i>	<i>\$ 91,358</i>	<i>\$ 79,331</i>	<i>\$ 66,176</i>	<i>\$ 51,786</i>	<i>\$ 36,047</i>	<i>\$ 18,831</i>	<i>\$ 0</i>
Obligaciones bancarias Largo Plazo	\$ 130,000	\$ 121,598	\$ 112,407	\$ 102,354	\$ 91,358	\$ 79,331	\$ 66,176	\$ 51,786	\$ 36,047	\$ 18,831	\$ 0
Intereses bancarias por Pagar L/P											
TOTAL PASIVO	\$ 130,000	\$ 204,666	\$ 163,219	\$ 166,708	\$ 168,604	\$ 169,437	\$ 168,129	\$ 165,913	\$ 163,952	\$ 160,429	\$ 156,234
PATRIMONIO											
Capital social	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000
Reserva Legal 10%	\$ 0	\$ 0	\$ 2,049	\$ 6,184	\$ 12,106	\$ 19,802	\$ 28,988	\$ 39,891	\$ 52,693	\$ 67,403	\$ 84,116
Utilidades/pérdidas del Ejercicio	\$ 0	-\$ 3,487	\$ 18,445	\$ 37,210	\$ 53,302	\$ 69,262	\$ 82,673	\$ 98,123	\$ 115,220	\$ 132,395	\$ 150,412
Utilidades/pérdidas Acumuladas	\$ 0	\$ 0	-\$ 3,487	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PATRIMONIO	\$ 300,000	\$ 296,513	\$ 317,007	\$ 343,394	\$ 365,409	\$ 389,064	\$ 411,661	\$ 438,014	\$ 467,913	\$ 499,798	\$ 534,528
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 430,000	\$ 501,179	\$ 480,226	\$ 510,102	\$ 534,013	\$ 558,502	\$ 579,790	\$ 603,927	\$ 631,866	\$ 660,228	\$ 690,762

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.8 Análisis Financiero

El presente proyecto contempla una inversión inicial de USD 430.000,00, de los cuales serán asumidos por los socios \$300.000,00 y la diferencia se hará un crédito hipotecario a 10 años plazo.

Para determinar la viabilidad financiera del proyecto se hará un análisis con los diferentes indicadores financieros donde se utilizará las tasas referenciales del Banco Central del Ecuador al mes de septiembre del 2014 las mismas que son: (Ecuador B. C., 2014)

• Deuda Externa Pública como % del PIB:	13.90%
• Inflación Anual:	3.8%
• Tasa de interés activa:	12%
• Tasa de interés pasiva:	4%
• Riesgo País:	420.00

Adicionalmente, se ha analizado la tasa de riesgo del negocio, estableciéndola en 6% y el rendimiento esperado del proyecto en 18%.

En esta consideración se ha tomado como tasa referencial un 1% para la evaluación del presente proyecto.

4.4.9 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad tiene como objeto analizar la variación de un parámetro determinado y su influencia en el rendimiento del proyecto.

Se han tomado 2 variables: Precio para determinar los ingresos y la cantidad de cirugías. Al mismo tiempo se han determinado cuatro escenarios: variación negativa de los ingresos en 5% y 10% (escenario pesimista), variación positiva de los ingresos en 5% y 10% (optimista), reducción de cirugías en 5% y 10% (pesimista) y aumento de las cirugías en 5% y 10% (optimista).

Estos parámetros se estima que son los más influyentes en la operación de la clínica, por lo que analizar su comportamiento permitirá poner alertas antes de que ocurra algún inconveniente financiero.

Tabla 44. Análisis de Sensibilidad.

PARÁMETRO	% VARIACIÓN	VAN	TIR	PERIODO RECUPERACIÓN
PRECIO (Ingresos)	-10%	-\$ 149.485	4%	-
	-5%	\$ 45.630	17%	9 años
	5%	\$ 435.861	37%	4 años
	10%	\$630.976	46%	3 años
NÚMERO DE CIRUGÍAS (Cantidad)	-10%	\$ 163.520	23%	7 años
	-5%	\$ 202.133	25%	6 años
	5%	\$ 279.358	29%	5 años y medio
	10%	\$317.970	31%	5 años y 3 meses

Elaborado por: Angela Jaramillo

De lo que se observa en el análisis se debe tomar especial atención a los ingresos, ya que una reducción de un 10% llevaría a una situación insostenible de la empresa.

En el caso de una reducción de ingresos en el 5%, si bien no presenta resultados óptimos, es un escenario que probablemente podría utilizarse para analizar los precios y promociones.

Respecto a la disminución del 10% de procedimientos quirúrgicos, el escenario no es tan desalentador, se recupera la inversión en 7 años con una TIR de 23%.

Los esfuerzos y alertas deberán darse cuando los ingresos estimados se vean reducidos y no existan medidas compensatorias.

4.4.10 Evaluación del Proyecto

En base a la información levantada en el presente capítulo, se realiza la evaluación financiera considerando los principales indicadores:

Tabla 45. Indicadores Financieros

TIR	27%
VAN	\$ 239.714
COSTO BENEFICIO	\$ 1,80
PERIODO DE RECUPERACIÓN	5 años y 11 meses

Elaborado por: Angela Jaramillo

4.4.10.1 Valor actual (VA)

Representa el análisis al presente de todos los flujos de efectivo en el lapso de tiempo determinado, aquí no se realiza el descuento de la

inversión inicial. El Valor Actual del proyecto es: USD 539.714 dólares. Lo cual representa un valor superior a la inversión inicial de los socios por \$300.000,00 dólares.

4.4.10.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es el valor presente de todos los flujos de efectivo, descontada la inversión inicial. El VAN obtenido es de: USD \$ 239.714 dólares. Indicando claramente que es superior a Cero y Positivo, la inversión me generará el valor indicado.

Este indicador es favorable para el proyecto.

4.4.10.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la rentabilidad calculada de los flujos proyectados, por lo tanto se puede decir que el “rendimiento” esperado del proyecto es del 27%.

Esta tasa es mayor a la tasa pasiva del Banco Central, es mayor que la tasa esperada del 18% y se ubica en un rendimiento atractivo para el inversionista.

4.4.10.4 Análisis Costo – Beneficio (C/B)

El Costo / Beneficio del proyecto en un horizonte de 10 años es \$ 1,80 dólares obtenido por cada dólar invertido. Este indicador de igual manera nos permite indicar de manera positiva la viabilidad financiera del proyecto.

4.4.10.5 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación se refiere al número de años en los que la rentabilidad anual acumulada va a ser igual o superior a la inversión inicial, el análisis que nos compete en este proyecto nos indica que en cinco años y once meses se recuperaría la inversión.

Este indicador también resulta atractivo para los socios inversionistas.

4.4.10.6 Rentabilidad sobre Activos (ROA)

Tabla 46. Razones Financieras

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
MEDICION DE LA RENTABILIDAD										
RENT. NETA O MARGEN NETO	0%	2%	4%	6%	7%	7%	8%	9%	9%	10%
RENT. GLOBAL O MARGEN BRUTO	17%	18%	19%	19%	20%	21%	21%	22%	22%	22%
RENTABILIDAD PATRIMONIAL(ROE)	-1%	6%	12%	16%	20%	22%	25%	27%	29%	31%
RENTABILIDAD ACTIVOS (ROA)	-1%	4%	8%	11%	14%	16%	18%	20%	22%	24%

Elaborado por: Angela Jaramillo

La rentabilidad sobre activos se obtiene de analizar la utilidad neta sobre los activos totales de la empresa.

En este caso podemos observar que el ROA inicial es negativo en -1%, en el segundo año mejora la rentabilidad, por lo cual el porcentaje se incrementa a 4% y en el octavo año incrementa notablemente su rentabilidad en 20%.

4.4.10.7 Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)

Según se observa la tabla 45 de Razones Financieras, el ROE es negativo en - 1%. Este indicador se obtiene de comparar la Utilidad Neta sobre el patrimonio, y su comportamiento es similar que el ROA, en el segundo año es positivo con 6%, en el sexto año alcanza una alta rentabilidad en 22%; y en año 10 incrementa notablemente llegando a 31%.

4.4.11 Decisión Financiera

El proyecto de creación de una Clínica Estética en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito requiere una inversión de USD 430.000 dólares para la adquisición de activos fijos, adecuaciones en el inmueble y capital de trabajo.

Los ingresos estimados en función de la capacidad instalada y captación de mercado en el primer año son USD \$ 787.200 y se incrementan en el 7% anual en el segundo año, y desde el tercer año hasta el décimo año se incrementa el 5% anual, con lo que se obtiene \$ 1.711.142.

En el primer año habrá pérdida de USD \$ 3.487 dólares, a partir del segundo año en adelante se obtendrá utilidad después de impuestos y participaciones que llegará a \$167.125 dólares en el décimo año.

Los indicadores financieros determinaron: VAN: \$ 239.714 TIR: 27% y C/B \$ 1,80 son positivos y su tendencia es sobre los valores referenciales del mercado.

Con este análisis financiero se determina la VIABILIDAD FINANCIERA POSITIVA del proyecto y se recomienda continuar con el procedimiento respectivo para su implementación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Como elemento inicial de la investigación, se planteó como justificación que existe una creciente demanda de servicios médicos estéticos y que en la zona sur de la ciudad de Quito no existen muchas opciones de clínicas que ofrezcan estos servicios, por lo que se observó una interesante oportunidad de negocio y se procedió a realizar la investigación.

Una vez efectuados los estudios respectivos relacionados con la creación de una Clínica de Cirugía Estética en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito; se han determinado las siguientes conclusiones:

1. En el primer capítulo se determinó el marco teórico para poder realizar el presente proyecto y se incluyeron los principales conceptos y definiciones que amparan un estudio de esta naturaleza. En este sentido, se concluyó que el proceso administrativo y el análisis de factibilidad presenta elementos comunes para todo tipo de empresas; así mismo se llegó a la conclusión de que este análisis consta de varias etapas: análisis de mercado, estudio técnico, administrativo, legal y financiero. Sin embargo, también se pudo determinar que el análisis y el estudio deben considerar las características particulares de la empresa, además de la industria en la que desarrolla sus actividades.

2. En el capítulo segundo se realizó el análisis de factores externos, permitiendo concluir que existen condiciones adecuadas para la creación de una clínica de cirugía estética en el sector sur de la ciudad de Quito. Entre los principales factores positivos se consideraron la situación estable en el ámbito político y económico, así como la experiencia de los accionistas en el área de la medicina plástica estética. Entre los factores negativos se encontró que existe alta competencia en la ciudad (especialmente en el sector norte de Quito), disponibilidad de productos sustitutos y la posibilidad de ingreso de nuevos competidores. El análisis de los factores permitió concluir que se deben llevar adelante los demás pasos del estudio de mercado.
3. Los resultados obtenidos en el tercer capítulo, dedicado al Estudio de Mercado, muestran la existencia de demanda potencial, así como también determinan la reducida oferta de Clínicas Estéticas en el sector Sur de la ciudad de Quito. Además, como conclusión, se define la más adecuada mezcla de marketing a fin de lograr el posicionamiento de la clínica, que incluye estrategias de producto (tipos de intervenciones quirúrgicas a ofertar), plaza (con ventas en la clínica y a través de servicios en línea), promoción (para lo que se propone el desarrollo de una imagen sólida a través de una serie de elementos promocionales) y precio (para cada uno de los tratamiento a ofrecer).
4. En el último capítulo se analizó la factibilidad del proyecto, y por tanto se concluyeron varios aspectos:

- a) De acuerdo a la composición de la inversión y al tipo de negocio, se concluye que la más adecuada figura legal para las operaciones de la Clínica Estética es la Compañía de Responsabilidad Limitada regida a lo estipulado en la Superintendencia de Compañías.
- b) Los socios aportarán con el 69.77% del total de la inversión, y la diferencia del 30.23% se contará con financiamiento externo, con la finalidad de completar los aportes necesarios para la puesta en marcha de la clínica.
- c) La localización óptima para el proyecto se encuentra en el sector de la Villaflora y se considera que la mejor opción es comprar un inmueble en el que se deberán realizar adecuaciones para su correcta operación y aprovechamiento de espacios físicos.
- d) Se llegó a determinar que la mejor figura es que los profesionales cirujanos dentro de la clínica presten sus servicios profesionales y no estén bajo relación de dependencia.
- e) Se requiere de una inversión inicial de USD 430.000,00 dólares destinados a los activos fijos, capital de trabajo y gastos legales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El aporte de socios es de \$300.000,00.

- f) Finalmente, la creación de una clínica estética es factible tanto a nivel técnico, administrativo y financiero.

Recomendaciones

Como fue demostrado a lo largo de la investigación, existe una adecuada oportunidad de negocio por lo que se recomienda, de manera general, invertir en la apertura de una clínica de cirugía estética en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Con base en la elaboración del presente trabajo, se da las siguientes recomendaciones particulares:

1. Se recomienda la revisión del presente informe por parte de los accionistas, en particular del primer capítulo, que ofrece una visión clara de la fundamentación teórica sobre la administración y el análisis financiero de las empresas.
2. Se sugiere tomar en consideración la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidad y Amenazas de la creación de una clínica de cirugía estética en el sector sur de la ciudad de Quito, además de las estrategias propuestas con el fin de dar inicio a la creación de la mencionada clínica. También se recomienda realizar actividades y tomar decisiones para lograr una rápida penetración en el mercado, además de actividades de diferenciación para lograr un adecuado posicionamiento en la mente de los consumidores.

3. De la realización del tercer capítulo se recomienda el análisis profundo de los resultados del Estudio de Mercado, así como de las estrategias de la mezcla de mercadotecnia para garantizar la consecución de los resultados proyectados en este estudio.
4. Finalmente, del estudio de factibilidad del proyecto se presentan las siguientes recomendaciones:
 - a) Realizar las actividades de constitución de la clínica estética bajo la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada.
 - b) Que los socios conformen una cuenta de constitución de la compañía y suscriban la documentación exigida por la legislación vigente para garantizar los fondos requeridos como inversión inicial para lograr los resultados planteados en este informe.
 - c) Buscar un inmueble de características adecuadas para las operaciones de la clínica plástica estética en el sector de la Villaflora, cercana a las avenidas Rodrigo de Chávez, Alonso de Angulo y Pedro Vicente Maldonado.
 - d) Que se busque firmar convenios con los profesionales de la salud que usarán los servicios de la clínica con el fin de lograr mejores precios y resultados para la clínica.

- e) Analizar varias cotizaciones en la compra de activos fijos (que constituyen una parte muy importante dentro de la inversión inicial del proyecto) para mejorar los resultados económicos del proyecto; así mismo, se sugiere realizar actividades permanentes de promoción de la clínica con el fin de aumentar las ventas proyectadas, lo que beneficiará a los accionistas por un menor período de recuperación, mayor valor neto del proyecto y más altos niveles de rentabilidad.

- f) Como recomendación final, se sugiere a los posibles accionistas invertir en la clínica propuesta en el presente documento, debido a que es factible en las esferas: administrativa, técnica y financiera.

BIBLIOGRAFÍA

Ley de Compañías (Congreso Nacional 1999).

Ley Orgánica de Salud, Ley 67. R. O. Suplemento 423 (Congreso Nacional 22 de diciembre de 2006).

Constitución de la República, R.O. 449 (Asamblea Nacional Constituyente 20 de octubre de 2008).

Guía de Acabados Interiores para Hospitales (Ministerio de Salud Pública del Ecuador 2013).

Álvarez, M. (2006). *Manual de Planeación Estratégica*. México: Panorama.

Amaya, J. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.

Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2012). *Estadística para negocios y economía, 11ava ed.* México: Cengage learning.

ANDES. (26 de octubre de 2013). El PIB ecuatoriano se acercará a los 100.000 millones de dólares en 2014. *Agencia ANDES*.

Ángel, L. (24 de octubre de 2011). La cirugía plástica, un negocio que sigue creciendo y dejando muchas ganancias. *El País*.

Banco Central del Ecuador. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 9 de junio de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/>

Banco Mundial. (2012). *PIB per cápita*. Obtenido de datos.bancomundial.org

Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación.

Cámara de Comercio de Quito. (2013). *Cámara de Comercio de Quito*. Obtenido de <http://www.lacamaradequito.com/>

- CEPAL. (2007). *Curso internacional: Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública*. Santiago de Chile: ILPES.
- CEPAL. (2013). *Balance Económico Actualizado*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Clínica Cumbres. (2014). *Clínica Cumbres*. Obtenido de <http://www.clinicacumbres.com.mx/>
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona: Profit.
- Cuellar, J. (1999). *Planificación Estratégica y Operativa*. Quito: Abya Yala.
- De La Peña, A. (2012). *Proyecto Empresarial*. Madrid: Paraninfo.
- Ecuador, B. C. (Septiembre de 2014). www.bce.fin.ec. Obtenido de www.bce.fin.ec.
- Ecuador, M. d. (s.f.). www.salud.gob.ec.
- Ekos. (2011). Trayectoria del sector de la construcción. *Ekos Sector Inmobiliario*, 14-31.
- Enciclopedia de Economía. (2014). *Enciclopedia de Economía*. Obtenido de <http://www.economia48.com/>
- Enciclopedia de la salud. (22 de abril de 2013). *Enciclopedia de la salud*. Obtenido de <http://www.enciclopediasalud.com/>
- Enríquez, C. (04 de diciembre de 2013). USD 397 es el salario digno establecido para 2014. *El Comercio*.
- Estheticon. (2014). *Estheticon*. Obtenido de <http://www.estheticon.es/costes>
- Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación.
- Garrido, L. (2011). *Zona Económica*. Obtenido de Inversión: <http://www.zonaeconomica.com/>
- Gitman, L. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Gómez, X. (2013). La cirugía estética en Ecuador. *A bordo*, 134-141.
- Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín, Colombia: EDUCC.

Hitt, M. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.

<http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luae>.

(s.f.). <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>.

<http://www.bomberosquito.gob.ec/>. (s.f.). <http://www.bomberosquito.gob.ec/>.

ILPES. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. Buenos Aires: Siglo XXI.

INEC. (2010). *Censo Nacional*. Quito: INEC.

INEC. (2012). *E-análisis: Revista Coyuntural*. Quito: INEC.

INEC. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011 - 2012*. Quito: INEC.

INEC. (2013). *Evolución de los indicadores laborales en el Ecuador 2013*. Quito: INEC.

ISAPS. (20 de junio de 2013). *International Society of Aesthetic Plastic Surgery*. Obtenido de <http://www.isaps.org/>

Keat, P., & Young, P. (2004). *Economía de empresa, 4ta ed.* México: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: introducción a la Economía*. Barcelona, España: REVERTÉ.

La Hora. (11 de marzo de 2010). Muy poco control a clínicas estéticas. *La Hora*.

López, M., & Rivera, J. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC.

López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2012). *Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. México: ITSON.

Malagón-Londoño, G., Galán, ., & Pontón, . (2008). *Administración hospitalaria*. Buenos Aires: Panamericana.

Mankiw, G., & Rabasco, E. (2007). *Principios de Economía*. Madrid: Paraninfo.

- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2010). *Indicadores básicos de salud, Ecuador 2010*. Quito: MSP.
- Ministerio de Sanidad y Política Social. (2009). *Hospital del Día: estándares y recomendaciones*. Madrid: Centro de Publicaciones.
- Moina, H. (2013). *Cirugía plástica en Buenos Aires*. Obtenido de <http://www.drmoina.com.ar>
- Moncayo, M. B. (2004). *El sur de Quito resiste la visión oficial del arte*. Quito: AANME.
- OMS. (1946). *Constitución de la Organización Mundial de la Salud*. Nueva York: Conferencia Sanitaria Internacional.
- OMS. (2010). *Organización Mundial de la salud*. Obtenido de <http://www.who.int/>
- Organización Mundial de la Salud. (2010). *Buenas prácticas de la OMS para laboratorios de control de calidad de productos farmacéuticos*. Ginebra: OMS.
- Piña, J. (2003). Psicología Clínica y Psicología de la Salud: En Defensa de la Psicología de la Salud. *Suma Psicológica*, 67-80.
- RAE, R. A. (2010). *Diccionario de la lengua española*. Barcelona: ESPASA CALPE.
- Ritter, M. (2008). *Cultura Organizacional*. Buenos Aires: La Crujía.
- Robbins, S. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2009). *Administración. 10a ed.* México: Pearson Educación.
- Salud, M. d. (2013). *Guía de Acabados Interiores para Hospitales*. Quito.
- SECPRE. (2013). *Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética*. Obtenido de <http://www.secpre.ec/>
- SEMPLEDES. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito: SEMPLEDES.
- Superintendencia de Compañías. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: Superintendencia de Compañías.

Van Horne, J. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera, undécima edición*. México: Prentice Hall.

Vásquez, L. (2012). *Estrategias de mercadotecnia*. Ica, Perú: UIGV.

Vásquez, V. (2002). *Organización aplicada*. Quito: Gráficas Vásquez.

Vértice. (2010). *Gestión de Calidad ISO 9001*. Madrid: Vértice.

Web y Empresas. (4 de marzo de 2011). *El PIB y sus componentes*. Obtenido de <http://www.webyempresas.com/>

Zambrano, A. (2007). *Planificación estratégica*. Caracas: Universidad Católica Andrés .

ANEXOS**Anexo 1. Modelo de cuestionario de encuesta****PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Se está realizando un estudio acerca de salud estética y requerimos de su ayuda. La presente encuesta es completamente anónima, por lo que le agradecemos su completa honestidad en las respuestas.

Género:

☐ Femenino ☐ Masculino DISCRIMAR EN EL MERCADO

Edad:

☐ entre 18 y 25 años ☐ entre 26 y 35 años ☐ entre 36 y 45 años ☐ entre 45 y 65 años

1. ¿Qué piensa usted acerca de acudir a una cirugía plástica estética?

☐ Definitivamente, lo haría

☐ Quizás lo haría

☐ No creo que lo haría

☐ No lo haría bajo ninguna circunstancia (en caso de dar esta respuesta, por favor entregue el cuestionario al encuestador)

2. ¿Se siente usted completamente satisfecho o satisfecha con su imagen personal?

☐ Sí ☐ No

3. ¿Considera usted que es importante para una persona ser atractiva físicamente (a nivel personal, laboral, social, etc.)?

☐ Sí ☐ No

4. ¿Cuál de las siguientes causas considera usted como limitación para usar la cirugía plástica estética?

☐ Son procedimientos peligrosos

☐ La cirugía es muy costosa

☐ La cirugía estética es algo innecesario

☐ Es algo vergonzoso

5. ¿Conoce usted alguna clínica de cirugía plástica estética que se encuentre en el sector sur de Quito?

☐ Sí (en este caso, pase a la pregunta 6) ☐ No (en este caso, pase a la pregunta 7)

6. ¿Ha asistido o asistiría a una de las clínicas en el sector sur de Quito?

☐ Sí ☐ No

7. ¿Asistiría a una nueva clínica a abrirse en el sector sur de Quito?

☐ Sí ☐ No

8. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto o dispuesta a pagar por tener un cambio físico que usted desee, de un día para otro?

Cirugía de nariz:

☐ No me interesa este procedimiento

☐ Menos de \$1.000

☐ Entre \$1.001 y \$1.500

☐ Entre \$1.501 y \$2.000

☐ Más de \$2.000

Extracción de grasa ☐ No me interesa este procedimiento

(liposucción): ☐ Menos de \$1.000

☐ Entre \$1.001 y \$1.500

☐ Entre \$1.501 y \$2.000

☐ Más de \$2.000

Reubicación de grasa ☐ No me interesa este procedimiento

y estilización de la ☐ Menos de \$1.000

figura (lipoescultura): ☐ Entre \$1.001 y \$1.500

☐ Entre \$1.501 y \$2.000

☐ Más de \$2.000

Aumento o levantamiento ☐ No me interesa este procedimiento

de busto (mamoplastia o ☐ Menos de \$1.000

pexia mamaria): ☐ Entre \$1.001 y \$1.500

☐ Entre \$1.501 y \$2.000

☐ Más de \$2.000

Estiramiento de dos párpados (blefaroplastia): ☐ No me interesa este procedimiento
☐ Menos de \$1.000
☐ Entre \$1.001 y \$1.500
☐ Entre \$1.501 y \$2.000
☐ Más de \$2.000

Estiramiento de cuatro párpados (blefaroplastia): ☐ No me interesa este procedimiento
☐ Menos de \$1.000
☐ Entre \$1.001 y \$1.500
☐ Entre \$1.501 y \$2.000
☐ Más de \$2.000

Estiramiento facial (lifting facial): ☐ No me interesa este procedimiento
☐ Menos de \$2.000
☐ Entre \$2.001 y \$2.500
☐ Entre \$2.501 y \$3.000
☐ Más de \$3.000

9. En caso de decidirse a uno de los tratamientos mencionados, ¿cuál sería la forma de pago?

☐ Efectivo
☐ Cheque o transferencia bancaria
☐ Tarjeta de crédito

10. ¿Por qué medio preferiría recibir información sobre cirugía plástica estética, precios, promociones?

☐ Internet

☐ Hojas volantes

☐ Correo electrónico

☐ Anuncios en periódicos

☐ Anuncios radiales

☐ Anuncios televisivos

☐ Otros medios: _____

Muchas gracias por su ayuda.

Anexo 2. Guía de entrevista estructurada (PARA CONOCER DETALLES DEL PROYECTO Y LA FACTIBILIDAD TECNICA.



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Cree usted que la industria de la cirugía plástica estética pasa un buen momento en la ciudad de Quito?

2. ¿Cuál sector de la ciudad puede crecer (todavía está desatendido) más en lo que respecta a los servicios de cirugía plástica estética? ¿Por qué?
_norte sur centro valles.

3. ¿Cuáles serían las características del servicio, para que una clínica estética tenga éxito en el sur de Quito?

PRECIOS _____ % _____

LOCALIZACION _____ % _____

PROMOCION _____ % _____

Sugerencias:
